

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

RÉCEPTION PAR SATELLITE ET INTERNET DES MÉDIAS ARABES
TRANSNATIONAUX:
INTÉGRATION ET TRANSFORMATIONS IDENTITAIRES D'IMMIGRANTS
MAGHRÉBINS À MONTRÉAL

THÈSE
PRÉSENTÉE
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN COMMUNICATION

PAR
KARIMA AOUDIA

DÉCEMBRE 2009

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de cette thèse se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

Cette thèse n'aurait pu voir le jour sans la contribution d'un certain nombre de personnes qui, de près ou de loin, m'ont apporté leur soutien. Avant tout, je souhaite remercier mon directeur de recherche, René-Jean Ravault, qui a su, à travers ses précieux conseils, sa patience, sa confiance, et ses encouragements me permettre de réaliser cette recherche. Je le remercie d'avoir été, tout au long de ces années, un « récepteur actif », à l'écoute, et généreux de son temps.

Je remercie aussi tous les répondants qui ont accepté de participer à cette recherche. Leurs témoignages m'ont été d'un appui précieux. Je tiens aussi à exprimer ma gratitude aux organismes qui ont financièrement appuyé cette recherche, soit le « Centre d'études sur les médias » de l'université Laval, *CTV Globemedia*, et *Astral Media*.

Mes remerciements vont aussi à Muriel Pivette, maître de conférences à Paris III-Sorbonne Nouvelle. La confiance qu'elle m'a témoignée durant tout mon parcours universitaire m'a poussée à atteindre mes objectifs. Je la remercie de croire que la réussite n'est pas régie par des déterminismes sociaux, et que chacun peut réaliser ses projets, quel que soit le milieu dont il provient.

Je souhaite aussi exprimer mes remerciements à tous ceux et celles qui, en coulisse, m'ont soutenue durant la réalisation de cette thèse. Je pense particulièrement à Juliana et à Danièle pour leur amitié et leurs encouragements ainsi qu'à Benoît Duguay qui m'a fait découvrir l'univers des statistiques.

Enfin, et surtout, je veux témoigner toute ma profonde gratitude aux êtres qui me sont les plus chers, mes parents, Ahmed et Nouara, et mes frères, Tahar, Madjid, et Elhadi. Je les remercie chaleureusement de m'avoir supportée et *supportée* durant tout ce long périple. Sans leur soutien et leur confiance, rien de tout cela n'aurait été possible.

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES.....	viii
LISTE DES TABLEAUX	ix
RÉSUMÉ.....	x
PRÉAMBULE.....	1
INTRODUCTION.....	16
CHAPITRE I	
CONTEXTE DE LA RECHERCHE	
POUR UNE DÉFINITION DE L'INTÉGRATION.....	26
1.1 Le Canada : un pays d'immigration	26
1.1.1 Les grandes phases de l'Histoire de l'immigration au Canada.....	26
1.1.2 Le multiculturalisme : un marché aux illusions ?.....	30
1.1.3 La culture des immigrants	33
1.2 Assimilation, acculturation, ou intégration	35
1.2.1 Genèse de la sociologie de l'immigration	36
1.2.2 Concept de « désorganisation sociale »	40
1.2.3 Le cycle des relations ethniques chez Park	41
1.2.4 Le concept d'assimilation.....	43
1.2.5 Concept d'acculturation	45
1.3 Assimilation totale : mythe ou utopie?	47
1.4 Ce que fils veut oublier, petit-fils veut se souvenir	50
1.5 Pour une intégration « à la québécoise ».....	52
1.6 Caractéristiques d'une intégration réussie	57
1.6.1 Facteurs liés aux caractéristiques des immigrants	59
1.6.2 Facteurs liés à l'« impact du contexte mondial »	64
CHAPITRE II	
CADRE CONCEPTUEL	
LA RÉCEPTION ET SES TRADITIONS DE RECHERCHE.....	67
2.1 La recherche sur les effets	68

2.1.1	La théorie des effets directs ou illimités	69
2.1.2	Effets indirects et limités	71
2.2	De la problématique des « effets » à celle des « usages ».....	74
2.3	L'approche culturaliste : les Cultural Studies.....	76
2.3.1	Réception et condition sociale	77
2.3.2	Codage et décodage.....	78
2.3.3	Réception au sein de l'univers domestique	82
2.4	Du consommateur passif au récepteur actif.....	84
2.4.1	Le modèle de Lee Thayer.....	85
2.4.2	Les réseaux de « coersédution ».....	88
2.5	Quand l'information circule en sens inverse	91
2.5.1	The Free flow of Information	91
2.5.2	Réception active et médias internationaux	93

CHAPITRE III

MÉDIAS ET IMMIGRATION :

DE LA SOUS-REPRÉSENTATION À LA TRANSNATIONALISATION.....	99
3.1 De « la » culture nationale « aux » cultures transnationales.....	99
3.2 Identité en situation d'immigration	103
3.3 Hybridité, métissage, créolisation	105
3.4 Médias et immigration : un champ de recherche en expansion	109
3.4.1 Consommation médiatique et populations immigrées.....	111
3.5 Les médias canadiens: aux « couleurs » du multiculturalisme?	119
3.5.1 La loi sur la radiodiffusion	120
3.5.2 Quand les médias voient la vie en blanc	122
3.5.3 Les arabo-musulmans dans les médias canadiens et québécois	124
3.6 Pratiques médiatiques des immigrants.....	128
3.6.1 Mise en contexte de l'écoute médiatique au Québec.....	130
3.6.2 Les taux d'écoute : aperçu quantitatif	130
3.6.3 La langue d'écoute	131
3.6.4 Les médias ethniques	133

CHAPITRE IV	137
LA CHALEUR DU MAGHREB AU PAYS DE L'HIVER	137
4.1 Québec, un nouvel <i>eldorado</i> pour les Maghrébins	137
4.1.2 Pourquoi le Québec?.....	139
4.2 Profil des Maghrébins au Québec	140
4.2.1 Les Marocains	141
4.2.2 Les Algériens	142
4.2.3 Les Tunisiens	143
4.3 Insertion socio-économique des Maghrébins	144
CHAPITRE V	147
LES CHAÎNES DE TÉLÉVISION ARABES SUR ORBITE :	
GENÈSE ET ATTRIBUTS	147
5.1 Le projet médiatique panarabe.....	147
5.2 Les télévisions arabes aujourd'hui	151
5.2.1 La langue	152
5.2.2 Les chaînes de télévision au Maghreb	153
5.2.3 Les chaînes de télévision du Moyen-Orient	156
5.2.4 Les chaînes de télévision arabes reçues au Québec.....	159
CHAPITRE VI	
MÉTHODOLOGIE QUALITATIVE :	
DESCRIPTION DE L'ENQUÊTE ETHNOGRAPHIQUE	162
6.1 Enquête ethnographique.....	162
6.1.2 Ethnographie des audiences.....	165
6.2 Description de notre enquête ethnographique.....	167
6.2.1 Entrevues en profondeur du type semi-dirigé.....	169
6.2.2 Constitution de l'échantillon.....	171
6.2.3 À la rencontre des sujets	173
6.2.4 Portrait de notre « échantillon » non-représentatif.....	175
6.2.5 Déroulement des entrevues.....	176
6.2.6 Aspect linguistique	177
6.2.7 Journal de bord.....	177

6.3	Difficultés rencontrées.....	178
6.4	Traitement des données.....	179
6.4.1	Transcription des données.....	180
6.4.2	Analyse des données.....	180
CHAPITRE VII		
RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE ETHNOGRAPHIQUE		182
7.1	Le parcours migratoire	182
7.1.1	Motifs de l'immigration	185
7.2	Rencontre avec la société d'accueil.....	191
7.2.1	Entrée en contact avec la société d'accueil	194
7.3	Rapport au pays d'origine	199
7.3.1	Rapport au cadre culturel d'origine	201
7.3.2	Le rapport à la langue et à l'identité	203
7.4	Intégration.....	209
7.5	Consommation médiatique.....	222
CHAPITRE VIII		
MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE :		
ÉLABORATION ET SOUMISSION D'UN QUESTIONNAIRE.....		243
8.1	Recherche quantitative	243
8.2	Élaboration du questionnaire	248
8.3	Présentation du cadre de l'enquête	250
8.4	Difficultés rencontrées.....	251
8.5	Collaboration des enquêtés.....	252
8.6	Exploitation informatique des données.....	253
CHAPITRE IX		
RÉSULTATS ET ANALYSE DE L'ENQUÊTE QUANTITATIVE		254
9.1	Caractéristiques de l'échantillon	254
9.2	Portrait de nos répondants	255
9.3	Raisons de l'immigration au Québec.....	257
9.4	La langue	258
9.5	Intégration à la société québécoise	259

9.5.1	Emploi.....	259
9.5.2	Relation avec le Québec.....	260
9.5.3	Discrimination.....	260
9.5.4	Valeurs québécoises	260
9.5.5	Lien avec le pays d'origine	261
9.5.6	Les associations communautaires	261
9.6	La relation avec les médias.....	262
9.6.1	Représentation dans les médias canadiens et québécois	262
9.6.2	Langue d'écoute de la télévision	262
9.6.3	Programmes suivis à la télévision québécoise	264
9.7	La télévision en arabe	265
9.7.1	La parabole	265
9.7.2	Contrastes d'un pays à l'autre.....	265
9.7.3	Internet, un autre moyen de réception des médias arabes	266
9.7.4	Appréciation des programmes	266
9.7.5	Les jeunes.....	268
9.8	Quand la parabole ne fait pas l'unanimité.....	268
9.9	Regard sur nos deux enquêtes.....	270
	CONCLUSION	286
	APPENDICE A - LES CHAINES DE TÉLÉVISION PANARABES.....	296
	APPENDICE B - QUESTIONNAIRE.....	297
	APPENDICE C - PRIX DE LA PARABOLE DURANT LE RAMADAN.....	307
	APPENDICE D – « NOUR », SÉRIE ÉGYPTIENNE VICTIME DE SON SUCCÈS.....	308
	RÉFÉRENCES.....	310

LISTE DES FIGURES

Figure 0.1	Immigrer au Canada : une opportunité	13
Figure 1.1	Facteurs d'intégration des immigrants au Québec	55
Figure 2.1	Visualisation du processus de communication humaine selon Thayer ...	87

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 5.1	Les chaînes arabes sur satellite reçues au Québec	160
Tableau 6.1	Thèmes privilégiés durant l'entrevue.....	170
Tableau 9.1	Radioscopie des répondants.....	256
Tableau 9.2	Langues parlées au quotidien.....	258
Tableau 9.3	Langues parlées en famille.....	259
Tableau 9.3	Consommation des télévisions francophone et anglophone.....	262
Tableau 9.4	Origine des individus possédant une parabole	266
Tableau A.1	Les chaînes nationales publiques et privées arabes sur satellite.....	296

RÉSUMÉ

Nombreuses sont les recherches menées sur la représentation des minorités dans les médias québécois. La plupart s'accordent sur le fait que celles-ci sont sous-représentées par ces médias et que l'image que l'on en projette est bien souvent stéréotypée voire négative. Cette représentation des immigrants ou encore des communautés culturelles dans les médias québécois ne pouvait demeurer sans conséquence sur des récepteurs qui ont la capacité d'être actifs.

Dès lors, les chercheurs ont pu constater que les minorités visibles désertaient les médias francophones pour rejoindre les médias anglophones plus enclins à les représenter. Un constat qui nous a amenée à nous questionner sur la consommation des médias par les populations venues d'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie. Majoritairement francophones, les Maghrébins ont désormais les moyens de recevoir les médias de leur pays d'origine grâce à une antenne satellite ou à Internet. Cette situation nous a amenée à avancer l'hypothèse que les Maghrébins délaissent les médias québécois au profit des médias non pas anglophones mais arabophones. Ces derniers sont diffusés à travers le monde, grâce à la mondialisation des échanges ainsi qu'à l'essor des nouvelles technologies, et ont une triple vocation. Tout d'abord, celle de véhiculer des images ainsi que des valeurs reposant, pour l'essentiel, sur l'Islam et la langue arabe. Puis, particulièrement pour les pays du Maghreb de rejoindre leurs ressortissants vivant à l'étranger. Enfin, en ce qui a trait aux pays du Golfe, de faire des télévisions arabes - au même titre que l'or noir - un moyen lucratif ainsi qu'un enjeu de pouvoir.

Si l'appropriation des paraboles par les immigrants maghrébins et turcs, respectivement, de France et d'Allemagne, a soulevé de vives polémiques, leur apparition au Québec est passée inaperçue. Dès lors, nous nous sommes questionnée sur la place de ces médias auprès des immigrants maghrébins installés à Montréal. Plus précisément, nous avons tenu à dépasser la question du risque de cloisonnement culturel que pouvait générer ces médias arabes auprès des populations immigrantes et nous intéresser, plus précisément, à la question des transformations culturelles et identitaires. Cette attention à la culture dans le processus de décodage des produits médiatiques est un point majeur des Cultural Studies, de l'anthropologie, et de la théorie de la réception active. En partant de ces théories et de ces approches, notre recherche vise à appréhender la manière dont le mode de consommation des médias de la culture d'origine par les immigrants nord-africains à Montréal contribue au développement d'une nouvelle forme de citoyenneté, ou encore à l'éclosion d'une identité nouvelle, ancrée dans une culture hybride faite d'apports endogènes et exogènes.

En nous inspirant de l'approche ethnographique, nous avons réalisé des entrevues auprès d'immigrants maghrébins vivant à Montréal. Ainsi, nous avons analysé de façon thématique

les discours de nos répondants. Cette analyse nous a permis de mettre en perspective divers éléments proéminents relatifs à la relation entretenue par les immigrants maghrébins avec le pays d'origine ainsi que la société d'accueil. De plus, afin de compléter notre recherche, nous avons élaboré un questionnaire qui nous a permis de mettre en lumière, à travers des résultats chiffrés, la place des médias - francophones, arabophones, et anglophones - dans les foyers d'immigrants maghrébins à Montréal. Nous avons ainsi pu préciser la langue de consommation des médias, le nombre d'individus possédant une parabole, les raisons qui poussent à son acquisition, les causes de son éventuel rejet, ou encore les programmes les plus suivis.

La combinaison de ces deux études - l'une qualitative, l'autre quantitative - nous a permis de constater la capacité des immigrants à mettre en place un espace dans lequel se mêlent local et global, un genre de « sphère hybride » les reliant à leurs communautés d'origine tout en leur permettant de s'insérer dans la société d'accueil.

Mots clés : Réception; médias : locaux et planétaires; transnationalisme; satellite immigration; diasporas; intégration; Maghrébins (Arabes, Berbères); Maghreb; Afrique du Nord; Québec; Montréal.

Comme Socrate selon Platon, l'immigré est *atopos*, sans lieu, déplacé, inclassable. Rapprochement qui n'est pas là seulement pour ennoblir, par la vertu de la référence. Ni citoyen, ni étranger, ni vraiment du côté du Même, ni totalement du côté de l'Autre, il se situe en ce lieu « bâtard » dont parle aussi Platon, la frontière de l'être et du non-être social. Déplacé, au sens d'incongru et d'importun, il suscite l'embarras ; et la difficulté que l'on éprouve à le penser - jusque dans la science, qui reprend souvent, sans le savoir, les présupposés ou les omissions de la vision officielle - ne fait que reproduire l'embarras que crée son inexistence encombrante. De trop partout, et autant, désormais, dans sa société d'origine que dans la société d'accueil, il oblige à repenser de fond en comble la question des fondements légitimes de la citoyenneté et de la relation entre le citoyen et l'État, la Nation ou la nationalité.

Pierre Bourdieu, préface du livre d'Abdelmalek Sayad,
La double absence : Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré

PRÉAMBULE

Dans son spectacle intitulé *Djurdurassique Bled*, présenté à Paris en 1999, Fellag, humoriste algérien, relate la rencontre dans une boîte de nuit en Suisse d'un jeune Algérien, nouvellement arrivé d'Algérie, et d'une Suissesse. Au cours d'une danse, celle-ci lui demande :

« Tu es d'où?

- Oui, je sais.

- Je veux dire : tu viens d'où? Tu viens de quel pays?¹ »

Ô combien de fois ai-je moi-même pu entendre cette question si anodine et épineuse à la fois. Je dis épineuse car il me semble qu'elle suscite souvent bien d'autres interrogations. Lorsque je vivais en France, ce pays qui m'a vue grandir, je répondais que je venais de « Chevilly-Larue, petite ville en banlieue sud de Paris ». J'ai rapidement pu constater que ma réponse en laissait plus d'un perplexe. En fait, il aurait sans doute été plus judicieux que je réponde que je provenais du Maghreb, ou plus précisément d'Algérie. Mais voilà, comment spécifier que je venais d'un pays que je découvrais uniquement durant les « grandes vacances », ou encore sur carte postale, et dans lequel on me nommait « l'émigrée » ? Cette question sur ma provenance m'a longtemps interpellée et m'interpelle encore aujourd'hui. Car au fait, quel sens a-t-elle lorsqu'elle est posée à des enfants d'immigrés nés dans un pays autre que celui de leurs parents?

Le temps a passé et j'ai choisi de m'installer au Canada, territoire multiculturel où « tous les groupes ethniques ont le droit de préserver et d'enrichir la culture et les valeurs qui leur sont

¹ Extrait du livre de Fellag. 1999. *Djurdjurassique Bled*, Paris : Ed. Lattès, page 46.

propres² ». Comme toute personne arrivant en terre inconnue, j'étais un peu anxieuse mais confiante. Assurée de me détacher de cette étiquette d'immigrée³ qui me collait un peu trop à la peau. Neuf ans ont passé depuis mon installation au Québec et, finalement, je suis passée d' « immigrée » à « immigrante », et aujourd'hui encore, on me questionne sur ma provenance. Quand, spontanément, je réponds que je suis Française, on s'interroge sur la validité de ma réponse. Je précise alors que je suis Française d'origine algérienne installée au Québec.

Comme Amine Maalouf à qui l'on demande s'il se sent « plutôt Français » ou « plutôt Libanais », on me demande souvent si je me sens « plutôt Algérienne », « plutôt Française » ou « plutôt Canadienne ». Tout comme l'auteur, je réponds que je suis un mélange de tout cela. Un individu hybride où plusieurs cultures coexistent en moi. « Non par quelque souci d'équilibre ou d'équité mais parce qu'en répondant différemment, je mentirais » (Maalouf, 1998 : 9). Je suis donc aux confins de trois pays, trois ou quatre langues, et de nombreuses traditions et coutumes culturelles d'Afrique du Nord, d'Europe, et d'Amérique du Nord. En réalité, je me questionne souvent sur la définition de ma propre identité. Suis-je Algérienne, Française, Canadienne, Kabyle, Québécoise, immigrée de seconde génération, immigrante de première génération, « Beurette⁴ », francophone, berbérophone? Comme Maalouf (1998 : 10), j'en arrive à conclure que « je n'ai pas plusieurs identités, j'en ai une seule faite de tous les éléments qui l'ont façonnée, selon un « dosage » particulier ». Ainsi, qu'il s'agisse de la langue, des traditions, du mode de vie, des relations interpersonnelles, des goûts culinaires et artistiques, les influences françaises, québécoises, canadiennes, occidentales se mêlent en moi

² Extrait du discours sur le multiculturalisme énoncé, en 1971, par Pierre Elliott Trudeau, Premier ministre du Canada du 20 avril 1968 au 3 juin 1979, puis du 3 mars 1980 au 30 juin 1984.

³ Denys Cuche (1996 :111) souligne, à juste titre, que l'expression « immigré de la seconde génération » se veut inadéquate puisque les enfants d'immigrés n'ont pas eux-mêmes « immigré ».

⁴ Ce terme que je récusé catégoriquement, car trop péjoratif à mon goût, et dérivé du mot « Beur », désigne les jeunes maghrébines nées en France. Selon Poutignat et Streiff-Fenart (1995 :161), « en s'auto-définissant comme Beurs, les individus de la deuxième génération maghrébine reprennent à leur compte le terme péjoratif d'arabe qu'on leur applique, tout en soulignant le retournement du stigmate par l'inversion ironique des syllabes ». En ce sens, en usant d'une langue codée- le verlan - propre à un sous-groupe de la société française, les Beurs manifestent en même temps leur haut niveau d'intégration culturelle à la société française et la « distance prise par rapport aux identités locales ou nationales propres à la première génération ».

à des influences berbères, algériennes, et musulmanes. Il s'agit d'une expérience florissante et fertile que je me sens libre de vivre complètement et d'assumer dans toute sa diversité au sein de la société québécoise dans laquelle j'ai choisi de vivre.

Lorsque j'ai immigré au Québec, je suis arrivée - comme tout immigrant - avec beaucoup de bagages. Comme le décrit avec tant de poésie Tahar Ben Jelloun, écrivain français d'origine marocaine, la valise entourée de ficelles ne fût que l'élément apparent de l'iceberg.

Le reste est dans la tête, dans le cœur, dans le regard, dans la mémoire. Dans un premier temps, il [l'immigré] essaie de recréer le lieu natal, le lieu de son arrachement. Il bricole quelque faits et maintient vifs certains rituels, notamment autour des fêtes, des célébrations d'événements familiaux (naissance, circoncision, mariage, décès...). Il transporte avec lui ce que l'on peut appeler sa culture. Or, la culture, c'est aussi une façon d'être, une nostalgie, l'odeur de la terre, le souffle du vent, une musique, un parfum et aussi la perpétuation d'un ordre, des coutumes et des traditions (Ben Jelloun, 1997 : 36).

Avec le temps, ce bagage culturel va se transformer peu à peu et donner lieu à un brassage culturel. Par la préservation ou l'abandon sélectifs des valeurs de la culture du pays d'origine et de celle de la société d'accueil, l'immigrant donne ainsi naissance à une troisième culture, fastueux mélange de la culture du pays d'origine et celle de la société d'accueil, et permet par là même l'émergence d'un sentiment d'identité partagé entre ces deux cultures.

À travers mon propre parcours migratoire, ma propre expérience, mes multiples appartenances, mes rencontres avec des individus provenant des quatre coins du monde, j'ai pu appréhender de l'intérieur ces avatars culturels. Ayant vécu l'expérience de la déterritorialisation⁵, j'ai été marquée par le contact de plusieurs cultures fort différentes les unes des autres, et cette richesse m'a ainsi permis de vivre dans un entre-deux voire un *entre-trois*. Car, comme le dit si bien le vieil adage iroquois, « qui quitte son pays n'a plus de pays, parce qu'il a deux pays: son ancien pays et son nouveau pays ».

⁵ Terme que j'emprunte à Arjun Appadurai dans son ouvrage, *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation* (traduction de *Modernity at Large*). 2001. Ed. Payot & Rivages : Paris.

De cette expérience, j'ai pu constater à quel point immigrer se veut une expérience à la fois complexe, difficile, riche, et ambitieuse. Lorsque les « anciens de l'immigration⁶ » me content leur parcours migratoire, je m'estime chanceuse de pouvoir garder contact avec le pays d'origine avec tant de latitude. Lointaine est l'époque où mon père attendait des semaines entières l'arrivée d'une lettre en provenance de la famille qu'il avait laissée au pays. Aujourd'hui, la mondialisation des échanges, le développement des moyens de communication ont permis de transcender et repenser les frontières des États-Nations, et par là même de modifier l'approche migratoire. La préservation du lien avec le pays et la culture d'origine prend ainsi une toute autre forme, un nouveau visage voire un nouveau virage.

Alors que je vivais encore en France, j'ai pu constater au sein même de mon entourage à quel point les médias permettaient de préserver le lien avec la culture d'origine. Les programmes ethniques diffusés à la télévision⁷, à la radio, les cassettes vidéo achetées dans des boutiques spécialisées, et plus tard, les liaisons satellites permettaient aux migrants de première génération de mon environnement de préserver un lien avec la mère-patrie. Ceci même si, durant les années 1990, la possibilité pour les immigrés de recevoir les chaînes du pays d'origine via le satellite devint au regard des milieux les plus nationalistes et conservateurs, une menace pour l'intégrité de la culture et de l'identité française. En fait, cette peur sur laquelle s'est longtemps centré le programme du front national français (FN) de Jean-Marie Le Pen renvoyait surtout à la peur de voir les immigrés - particulièrement maghrébins - être influencés par les milieux intégristes du pays d'origine. Cette même peur qu'ont exposé avec force voire alarmisme un certain nombre de sociologues, de spécialistes en science politique conservateurs, et de journalistes allemands qui s'intéressaient à l'intégration culturelle, en Allemagne, des minorités, en général, et des Turcs, en particulier. La découverte de l'appropriation de ces médias du pays d'origine par ces populations immigrantes a ainsi

⁶ Je pense particulièrement à ces hommes qui, en France - au lendemain de la seconde Guerre mondiale jusqu'à la fin des années 1970 - ont vécu, le plus souvent, l'immigration dans la douleur et la nostalgie. Le documentaire de Yamina Benguigui, *Mémoires d'immigrés, l'héritage maghrébin*, réalisé en 1998, en dresse un portrait saisissant.

⁷ Pour exemple, citons l'émission *Mosaïque*, créée en 1976, diffusée sur la chaîne nationale française (FR3) qui avait pour mission de faire connaître les cultures d'origine des immigrés vivant en France, de leur permettre de conserver un lien avec leur culture d'origine, et d'être un point de rencontre entre ces différentes cultures.

soulevé des « questionnements, polémiques, et inquiétudes de la part des gouvernements européens qui, nombreux, ont vu dans les « paraboles » des instruments de nature à annihiler les politiques d'intégration des populations immigrantes » (Robins, 2001 : 23). L'étude de la réception des produits médiatiques internationaux est ainsi devenue un passage obligé voire une nécessité.

Si j'ai pu observer la façon dont mes parents *zappaient* entre les chaînes françaises et algériennes, j'ai aussi pu constater durant mes divers séjours en Algérie, au Maroc, et en Tunisie, l'intérêt de la population pour les programmes télévisés français. En arrivant au Québec, j'ai, là encore, pu remarquer chez mes amis migrants - qu'ils soient Français, Brésiliens, Iraniens, Ivoiriens, ou Portugais -, leur intérêt pour les médias (radio, presse, télévision) du pays d'origine. Par ailleurs, mon « auto-observation » m'a amenée à me questionner sur ma propre consommation de programmes français diffusés au Québec sur TV5 ; programmes que je n'aurais jamais imaginé regarder alors que je vivais en France. La nostalgie, sans doute. « De la « cérémonialité diasporique » des événements de portée planétaire, jusqu'aux réseaux de fans des feuilletons quotidiens, en passant par les chaînes des communautés émigrées, la recherche investit [aujourd'hui] de nouveaux espaces symboliques de communication » (Antunes Da Cunha, 2001 : 79). C'est en ce sens que j'ai choisi d'investiguer ces nouvelles sphères médiatiques au sein de la Belle Province. Mon parcours, mes origines, mon expérience, mes observations m'ont tout naturellement dirigée vers la réalisation de cette recherche portant sur la réception des médias transnationaux arabes par les immigrants maghrébins à Montréal. M'intéresser à cette question revenait donc à me questionner sur la place des médias dans le processus d'intégration et de transformations identitaires de ces immigrants.

Si de nombreuses recherches se sont penchées sur la relation entretenue par les médias avec les minorités, elles se sont essentiellement intéressées à la question de la représentation des migrants ou encore des minorités dans les médias. Tahar Ben Jelloun énonçait dans la préface de l'ouvrage *Télévisions d'Europe et immigrants* (1993) qu'hormis une poignée de documentaires réalisés sur les immigrés, l'imaginaire médiatique ne les a pas encore intégrés

dans le paysage humain de l'Europe⁸. Dans le même esprit, Simon Cottle (2000), universitaire britannique qui a étudié les nombreuses recherches menées sur la place des minorités dans les médias aux États-Unis a conclu à un traitement médiatique marqué par une sous-représentation, à « une caractérisation stéréotypée au sein des genres divertissants, ainsi qu'à un portrait négatif au sein des genres informatifs ⁹ ». Au Canada et au Québec, des audiences publiques, des rapports d'enquête et de recherche ont relevé certains problèmes liés aux médias, notamment les médias francophones, en ce qui a trait à la sous-représentation ou mauvaise représentation, à l'inaccessibilité des immigrants à l'emploi dans ces médias ainsi qu'à l'insensibilité à l'endroit des communautés ethnoculturelles, notamment chez les jeunes de ces communautés (Dupont et Niemi, 1993). Cette représentation ou non-représentation des minorités dans les médias québécois a inéluctablement un coût, celui de voir les néo-Québécois préférer les médias anglophones aux médias francophones. Cette crainte de voir les immigrants s'angliciser par le biais des médias a d'ailleurs généré plusieurs recherches.

M'intéressant à cette question de la relation entretenue par les médias et l'immigration, je me suis demandée si cette crainte de voir les immigrants du Québec se rabattre sur les médias anglophones n'était pas, en partie, infondée, notamment lorsqu'elle concerne des immigrants majoritairement francophones, particulièrement ceux qui proviennent d'anciennes colonies françaises. Si désertion des médias francophones il y a, je me suis demandée si les immigrants algériens, marocains, et tunisiens ne se dirigeaient pas davantage vers des médias arabophones ou berbérophones. J'insiste sur cette distinction « arabophones/berbérophones » car il me semble qu'au regard de mes recherches et de mes lectures, les études menées sur les communautés culturelles au Québec, ont tendance à créer certains amalgames autour de l'origine ethnique¹⁰. Confusions résultant, pour l'essentiel, des critères déterminés par

⁸ Cité par Tristan Mattelart (2007)

⁹ Ibidem

¹⁰ En réalité, cette confusion m'interpelle tout autant que celle véhiculée par la notion de minorités visibles dont font partie les personnes, autres que les Autochtones, qui ne sont pas de race blanche ou qui n'ont pas la peau blanche. On peut donc se demander à partir de quand une personne n'est plus blanche ou encore quand devient-elle visible? Ce concept même de minorité visible est donc fort ambigu voire contestable.

Statistique Canada¹¹ qui a choisi de rassembler les groupes ethniques - autres que les Anglais, les Français et les Canadiens - autour des origines « sud-asiatique », « latino-américaine », « caribéenne », « africaine », « asiatique-occidentale », « européenne », et « arabe ». Cette dernière origine regroupe à la fois divers pays du Moyen-Orient ainsi que le sous-groupe « origines du Maghreb », et se compose ainsi des Algériens, Arabes non inclus ailleurs, Berbères, Égyptiens, Irakiens, Jordaniens, Koweïtiens, Libanais, Libyens, Maghrébins non inclus ailleurs, Marocains, Palestiniens, Saoudien, Syriens, Tunisiens, et Yéménites. Si la définition du groupe ethnique désigne les membres de la population qui partagent un sentiment d'appartenance basé sur une langue, une histoire, une culture, et des origines communes, nous pouvons nous demander comment les Berbères¹² qui ont pour langue le berbère (composé de plusieurs dialectes tels que *thakbaylith*, *tachelhith*, *tarifit*, *tamazighth*, *thachaouith*) et non pas l'arabe, sont inclus dans ce total alors même que les personnes appartenant à d'autres origines faisant partie des pays membres de la Ligue arabe se retrouvent dans d'autres catégories¹³. Si l'on se penche de plus près sur le facteur « langue maternelle », il est important de souligner que de nombreux immigrants originaires de pays arabes ne sont pas arabophones. Car au fait, les minorités linguistiques que sont les Berbères, les Européens, et les Juifs du Maghreb ont-ils l'arabe pour langue maternelle? Cet amalgame entre la culture d'origine et la culture nationale pousse à raisonner comme si la culture du pays d'origine était uniforme alors que les nations sont loin d'être culturellement homogènes. De plus, cela prouve que l'on ne cherche pas à s'interroger sur la spécificité culturelle de chaque groupe d'immigrants d'un même pays, ni sur le rapport de chacun à la culture nationale de son pays, avant même son installation dans le pays d'accueil. Ceci révèle donc l'équivoque entourant la notion « origine ethnique » employée par Statistique Canada et qui,

¹¹ Source : Statistique Canada, Recensement du Canada de 2001. Consultation sur le site : <http://www.statcan.gc.ca/pub/89-621-x/2007009/t/4182164-fra.htm>

¹² La berbérophonie concerne environ une dizaine de pays de l'ensemble Maghreb-Sahara-Sahel. Mais comme le souligne Salem Chaker (1989), l'Algérie et le Maroc représentent, de loin, les deux pays comptant les populations berbérophones les plus importantes. Ceux aussi où la « question berbère » se pose avec le plus d'acuité. Si l'on s'en tient à l'ensemble des chiffres avancés par diverses sources, on peut estimer les berbérophones à un pourcentage minimum de 20% de la population algérienne et à 40% de la population marocaine.

¹³ À ce titre, notons que les Soudanais sont inclus dans la catégorie « origines africaines » alors même qu'ils font partie de la Ligue arabe.

dans le questionnaire de recensement, renvoie à l'origine des ancêtres d'une personne, aux origines ethnique et culturelles¹⁴. Je pense que cette imprécision autour de l'origine ethnique induit inéluctablement un certain nombre d'erreurs.

En ce sens, je trouve légitime le fait d'inclure les Berbères dans la sous-catégorie « origines du Maghreb », mais je m'interroge sur la cohérence de les inclure ensuite à l'ensemble « origines arabes ». Il est vrai que d'un point de vue institutionnel, ce regroupement paraît plus tangible, et surtout plus commode, mais il entraîne néanmoins des ambivalences que j'ai pu retrouver dans des recherches menées sur la communauté dite « arabe » au Québec. En ce sens, lors de mes lectures, je me suis penchée sur une étude, menée par Serge Proulx et Danièle Bélanger en 1995-1996, sur la question de l'écoute de la télévision francophone par les communautés immigrantes de la région de Montréal. Cette recherche s'attache à étudier la langue de consommation des médias par cinq communautés linguistiques, soit lusophone, créole, vietnamienne, hispanophone, et arabophone. Cette dernière, sur laquelle j'ai davantage porté mon attention, eu égard à mes intérêts de recherche, regroupe des individus provenant d'Algérie, du Maroc, de Tunisie, du Liban, et de l'Égypte. Je me suis alors demandé si ce choix était judicieux car il me semble que ce regroupement autour de ces cinq pays induit quelques confusions. Ceci, même si l'objectif de cette étude n'était pas, comme le rappellent Proulx et Bélanger (2001) de se « centrer sur les spécificités culturelles de chaque communauté ».

Pourtant, en considérant que les récents immigrants égyptiens¹⁵ et libanais sont essentiellement anglophones, et que les immigrants algériens, marocains, et tunisiens sont

¹⁴ L'origine ethnique, telle que définie dans le recensement, fait référence au(x) groupes ethnique(s) et culturel(s) auquel (auxquels) appartenaient les ancêtres du répondant. Un ancêtre est une personne dont on descend et qui est habituellement plus éloignée que les grands-parents. L'origine ethnique est liée aux racines ancestrales ou aux antécédents de la population et ne devrait pas être confondue avec la citoyenneté ou la nationalité. Définition extraite du site de Statistique Canada, http://www12.statcan.ca/francais/census01/Products/Analytic/companion/etoimm/def_f.cfm (consulté le 20 mars 2009).

¹⁵ Si l'on s'intéresse de près à cette communauté, il faut savoir que près de 68% des immigrants en provenance d'Égypte qui ont immigré au Québec, entre 1956 et 1975, étaient pour certains musulmans alors que la majorité d'entre eux étaient Juifs, Coptes, Maghrébins, Libanais et Européens, membres d'une élite éduquée et occidentalisée pour qui la langue de Molière était souvent la première langue

majoritairement francophones, comment étudier leur langue de consommation médiatique? Peut-on réellement y voir un groupe homogène? De plus, d'un point de vue linguistique, il y a sans doute plus de chance qu'un Algérien comprenne un Libanais ou un Égyptien que le contraire. Les feuillets égyptiens, diffusés sur la télévision nationale algérienne, ayant largement contribué à cette situation. Là encore, nous pouvons nous demander si les Berbères et les Européens venus du Maghreb sont inclus dans cet échantillon de recherche. À travers ces questionnements, je ne prétends nullement apporter de correction ou même remettre en question les résultats de cette enquête mais je souhaite seulement, à travers mon humble contribution tant personnelle que scientifique, apporter quelques éléments qui permettront, je l'espère, de mettre de l'avant la nécessité de s'intéresser aux spécificités culturelles des groupes ethniques étudiés au Québec.

Nous l'aurons compris, l'ambiguïté entourant la définition de la « communauté » complexifie quelque peu les études portant sur les « minorités ethniques », les « immigrants », les « membres des communautés culturelles », les « Québécois des communautés culturelles », ceci quel que soit le nom qu'on leur prête. Comme le précise Myriam Hachimi Alaoui (2007 : 88), depuis « la francisation » de la Province en 1977, le Québec n'a cessé de multiplier des catégories de Québécois, en créant autant de termes successifs qui viennent témoigner d'une relative difficulté à définir un « nous » inclusif au Québec. Il est donc souvent difficile de comprendre les nuances entre ces divers concepts, puisque leur utilisation paraît interchangeable.

En tenant compte de ce constat ainsi que des commentaires et suggestions émis par certaines personnes rencontrées dans le cadre de ma recherche à Montréal, j'ai fait le choix de ne pas présenter la population étudiée comme « communauté arabe » ni même comme « communauté maghrébine » car, selon moi, elle n'existe pas. Certains Maghrébins se disent

étrangère. En ce qui a trait au reste de la population égyptienne, arabophone et musulmane, c'est la langue de Shakespeare qui primait¹⁵. En somme, jusque dans les années 1980, les immigrants en provenance d'Égypte étaient essentiellement francophones et se tournaient naturellement vers le Québec. Depuis cette période, les immigrants qui arrivent d'Égypte s'installent davantage en Ontario.

arabes, d'autres berbères, certains sont musulmans, d'autres laïques. Bref, la diversité constitue l'originalité du Maghreb où

les identités s'expriment de diverses manières dans la mesure où chacun a un ensemble de traits (culturels, linguistiques, religieux...) susceptibles de lui donner le sentiment d'appartenir à des entités non exclusivement identiques, mais différentes. (...) Au Maghreb, les identités se superposent, se croisent, s'opposent et se contredisent : identité arabe, identité islamique, identité berbère et identité francophone sont en perpétuelle interaction. Le Maghrébin a tendance à défendre son identité arabe chaque fois qu'elle est menacée par une culture étrangère ; il revendique son identité berbère chaque fois que l'arabité risque de la menacer et il défend son identité francophone lorsqu'elle se trouve menacée par l'hégémonie anglophone.¹⁶

Ainsi, je présenterai plutôt la population étudiée comme des « Maghrébins », « Nord-africains », ou membres des diasporas algérienne, marocaine, et tunisienne. Pour Paul Gilroy, la notion de diaspora se veut d'ailleurs la meilleure pour souligner la fonction majeure des brassages transnationaux dans la composition des cultures et des identités. J'utiliserai aussi la notion de « membre » telle que la préconise l'ethnométhodologie, soit « une personne dotée d'un ensemble de procédures, de méthodes d'activités, de savoir-faire qui la rendent capable d'inventer des dispositifs d'adaptation pour donner sens au monde qui l'entoure » (Coulon, 1990 : 45). Dans le vocabulaire ethnométhodologique, la notion de membre de la société québécoise réfère non pas à l'appartenance sociale mais à la maîtrise du langage naturel. Devenir membre, selon Garfinkel, c'est donc s'affilier à un groupe, à une institution, ce qui requiert la maîtrise progressive du langage institutionnel commun. Une fois affiliés, les membres n'ont pas besoin de s'interroger sur ce qu'ils font. « Ils connaissent les implicites de leurs conduites et acceptent les routines inscrites dans les pratiques sociales. C'est ce qui fait qu'on n'est pas étranger à sa propre culture, et qu'à l'inverse les conduites ou les questions d'un étranger peuvent nous sembler étranges » (Coulon, 1987 : 45).

À travers toutes ces distinctions, je ne cherche nullement à raviver les passions ni même les tensions autour de questions identitaires et linguistiques. Là n'est pas le propos de cette

¹⁶ Extrait du texte Laroussi, Foued « Minoration linguistique au Maghreb : langues, nations et identités », <http://www.telug.quebec.ca/diverscite/SecArtic/Arts/2002/laroussi/txt.htm>, site consulté le 11 juin 2009.

recherche. Néanmoins, je pense que cette distinction a permis de relever et révéler un certain nombre de points relatifs à mes intérêts de recherche. Ceci m'a, par exemple, permis de discerner les différences en matière de réception des médias arabes au sein même de la communauté algérienne. Je pense qu'il est donc utile, voire nécessaire, de distinguer les populations qui composent le Maghreb afin d'éviter de tomber dans le piège de la catégorisation. Omettre de faire cette distinction reviendrait, en quelques sortes, à nier l'existence d'une population francophone au Canada. De plus, afin d'éviter davantage de sous-catégorisations, cette recherche n'inclut pas les Juifs Sépharades, et Européens provenant du Maghreb. Pour toutes ces raisons, j'ai donc tenu à clarifier ce que j'entends par le terme « Maghreb » dans le cadre de cette recherche.

El Maghreb, là où le soleil se couche

Vieux terme arabe désignant les contrées où le soleil se couche, le *Maghreb* est, pour paraphraser Yves Lacoste (2004) « l'Occident au sein du monde arabe » (*gharb* signifiant l'ouest), alors que le *Machrek* désigne l'Orient, les pays où le soleil se lève (*cheg* signifiait l'est). Autrefois, pour les géographes, c'est à l'ouest de la vallée du Nil que commençait le Maghreb, cette autre partie du monde arabe. Ce terme était particulièrement employé pour désigner *Djezirat al-Maghreb*, l'île de l'Ouest. Ceci désignait les régions qui forment le nord de la Tunisie, de l'Algérie et du Maroc actuels. C'est ce que les Français, durant l'époque coloniale, au début du XX^{ème} siècle nommeront l'Afrique du Nord (« française »), en la distinguant clairement du Sahara.

Après l'indépendance du Maroc et de la Tunisie en 1956, et de l'Algérie en 1962, le terme de Maghreb « réapparut » pour désigner ces trois États, mais en intégrant les parties sahariennes de leurs territoires. Dans un premier temps, l'idée du Maghreb n'incluait guère la Lybie. Quant à la Mauritanie, c'est seulement depuis le milieu des années 1970 qu'il en est question à propos du Maghreb. Le Maroc, l'Algérie, et la Tunisie représentent ensemble plus de la moitié de la superficie du Maghreb et surtout près de 90% de sa population totale.

Comme le précise Yves Lacoste (2004 : 46),

Les Maghrébins se sentent d'abord Algériens, ou Marocains, ou Tunisiens (et qui plus est, de telle ou telle région), mais face aux problèmes internationaux, ils se sentent aussi des Arabes, et plus largement encore, des musulmans. Ils se réfèrent donc à ce que l'on peut appeler trois niveaux de réflexion et de représentation géopolitiques - État-nation, ensemble arabe, ensemble musulman - correspondant à des espaces de plus en plus vastes et des effectifs de plus en plus importants. L'idée du Grand Maghreb est en quelques sortes un quatrième niveau qui se situe entre l'État-nation et l'ensemble arabe, avec l'idée de la nation arabe.

On distingue ainsi le « Petit Maghreb » ou « Maghreb central », composé de l'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie, du « Grand Maghreb », où se greffent à ces trois pays, la Lybie et la Mauritanie. En ce qui a trait à notre recherche, nous avons fait le choix de nous concentrer uniquement sur les individus provenant du « Petit Maghreb » où sont sélectionnés sur place, par le biais de la « Direction de l'immigration économique - Maghreb¹⁷ », les candidats à l'immigration les plus susceptibles de s'intégrer au Québec.

À ce recrutement organisé par le gouvernement québécois s'ajoutent celui de nombreux consultants en immigration « auto-proclamés » dont recèlent ces pays, notamment le Maroc. J'ai d'ailleurs pu le constater lors de mon récent séjour - dans le cadre d'un stage de recherche - au sein la capitale du Royaume, Rabat. Le nombre impressionnant de bureaux de consultation en immigration offrant, moyennant compensation financière, du soutien et de l'information pour immigrer au Canada, m'a vivement interpellée. Particulièrement les dimanches après-midi, lors de mes visites de « la Médina¹⁸ », endroit fort populaire dans lequel j'ai reçu, à plusieurs reprises, ce prospectus (ci-après), distribué massivement, et faisant la promotion de l'immigration au Canada, présentée comme une véritable « opportunité ».

¹⁷ Informations extraites du site du ministère de l'immigration et des communautés culturelles : <http://www.immq.gouv.qc.ca/fr/biq/maghreb/mission.html>

¹⁸ Vieille ville au cœur de Rabat, capitale du Maroc.

En français,

Le Canada joue ainsi un rôle d'attraction auprès de la population nord-africaine qui fût jadis davantage tournée vers la France. Selon les statistiques, l'immigration en provenance d'Afrique du Nord connaît au Québec ces dernières années une nette progression. En effet, depuis le milieu des années 1990, les admissions en provenance du Maghreb - surtout d'Algérie et du Maroc - connaissent une forte évolution. Ces candidats à l'immigration répondent ainsi aux exigences québécoises de sélection, soit des candidats francophones, diplômés, jeunes, célibataires ou en famille. Le critère linguistique joue un rôle majeur dans le choix de la « destination Québec ». Et, c'est ce facteur qui explique, en grande partie, l'importance de l'immigration en provenance d'Afrique du Nord dans la province francophone, et particulièrement à Montréal, ville dans laquelle j'ai choisi de mener cette recherche. Cette dernière s'inscrit dans le paradigme de la « complexité » tel que promu par

Edgar Morin (2005). Celui-ci précise l'importance de connaître aussi bien l'observateur scientifique que les faits qu'il observe et qu'il rapporte. La complexité de Morin souligne l'indissociabilité de l'observateur et du phénomène observé ainsi que de leurs contextes. Le paradigme de la complexité demande donc que l'observateur soit pris en compte dans l'observation tout comme le concepteur dans sa conception. Comme le précise René-Jean Ravault (1992 : 38-39),

Je crois avec Michael Polanyi, René Dubos, Thomas Kuhn, Peter Berger, Paul Feyerabend, Lee Thayer, Edgar Morin, et bien d'autres, que la connaissance ne peut exister seule en elle-même, de façon désincarnée. La connaissance et l'observation sont absolument inséparables des chercheurs. En d'autres termes, le phénomène observé ou connu, la personne qui l'observe ou le connaît, la façon dont elle se le représente et le fait connaître ainsi que la culture, le cadre conceptuel, épistémique ou paradigmatique dans lequel elle se situe pour faire ses observations, construire ses représentations et en rendre compte font tous partie d'un même système indissociable.

En ce qui a trait à cette recherche posant des questions d'ordre international, transnational, global, je pense qu'il s'avère nécessaire de les penser à l'intérieur même de leur contexte. En choisissant d'inscrire la réalisation de cette thèse dans le paradigme de la complexité, elle devient la résultante des syncrétismes culturels qu'il m'a été donné de vivre. J'ai tenu à ce que l'observatrice ainsi que l'immigrante que je suis soit prise en compte dans cette observation. Ceci explique donc la présentation de ce préambule. Par ailleurs, j'ai tenu à entrer en contact avec des populations qui demeurent encore méconnues au sein de la province francophone québécoise. Quand on les évoque dans les médias, c'est souvent pour mettre de l'avant un taux de chômage plus que démesuré ou encore pour s'interroger sur la *(dé)raison* de certaines demandes d'accommodements. J'ai souhaité dépeindre un autre visage de cette population venue d'Afrique du Nord, et mettre de l'avant la relation qu'elle entretient avec le pays d'origine et la société d'accueil à travers le prisme des médias.

Cette thèse est, au regard de mes recherches bibliographiques, la première à aborder la question des produits médiatiques diffusés par satellite et par Internet, reçus par des immigrants au Québec. À travers cette recherche, j'aspire à offrir au lecteur - où qu'il soit - la possibilité d'appréhender les enjeux liés aux relations entretenues par les médias et l'immigration, de mieux comprendre les nouveaux mécanismes socioculturels générés par la

mondialisation des échanges, et, par là même, de mettre en lumière les vicissitudes du parcours migratoire.

INTRODUCTION

Montréal, hiver 2004. Invitée à prendre le thé dans une famille marocaine, je suis rapidement interpellée par le décor de ce salon marocain aux couleurs de sable et dans lequel se dresse une *meida*¹⁹ avec pâtisseries orientales et thé à la menthe. Tout ceci me fait rapidement oublier que nous sommes au Québec et que dehors la température avoisine le zéro degré. Pour ajouter à ce dépaysement, la télévision qui trône dans ce salon est allumée et s'exprime en langue arabe. Branchée sur LBC²⁰ via une antenne parabolique placée sur le balcon, elle anime la pièce avec une émission de variétés, *Star Academy*²¹. Mon hôte²² m'explique qu'elle est « une fan » et qu'elle « ne rate aucune de ces émissions. » C'est, explique-t-elle, sa « bouffée d'oxygène », son « lien avec le bled ». Je lui demande alors si elle suit avec le même engouement la version québécoise de cette émission de télé-réalité. Elle me répond que « non » et « avoue » que depuis qu'elle s'est « offerte la parabole », elle préfère « regarder la télévision en arabe ».

Cette histoire pourrait relever de l'anecdote, pourtant, elle traduit, en cette ère de mondialisation, l'émergence de sphères diasporiques au sein desquelles prolifèrent des moyens technologiques permettant « la déconstruction des espaces nationaux pour créer un

¹⁹ Mot arabe référant à une « petite table ».

²⁰ *Lebanese Broadcasting Corporation*, chaîne libanaise spécialisée dans les programmes de divertissements (émissions de jeux, *talk shows*, variétés, émissions sportives et clips vidéo).

²¹ Sur un modèle expérimenté en Europe et en Amérique du Nord, cette émission met en scène seize filles et garçons de différents pays arabes (Liban, Maroc, Tunisie, Égypte, Syrie, Koweït, Arabie Saoudite, et Émirats Arabes Unis). Sélectionnés parmi des milliers de candidats, ces jeunes vivent ensemble durant quatre mois et sont formés par des professionnels de la chanson. Informations recueillies sur le site : <http://www.bladi.net/forum/13228-star-academy-version-arabe/>

²² Jeune Femme d'origine marocaine âgée de 34 ans, mariée. Installée au Québec depuis 2000, elle est employée de banque.

troisième espace, un « *inbetween*²³ » entre la culture d'origine et celle du pays de résidence» (Ferjani, 2007 : 104). Elle souligne aussi l'érosion des frontières nationales par la télévision via la retransmission par satellite, en diverses régions du monde, de programmes étrangers.

Depuis la fin des années 1980, les travaux sur la relation entre les populations immigrantes et les médias se sont multipliés, notamment en Europe. On a ainsi vu émerger une pléthore de recherches sur l'incidence des flux transnationaux des médias sur l'immigration. Si les études antécédentes avaient le mérite de soulever la question de la représentation des minorités ethniques dans les médias, celles-ci, sous l'influence des travaux issus du courant des Cultural Studies et de l'anthropologie, ont donné naissance à une nouvelle génération d'études sur la relation entre les « diasporas » et les médias.

Comme le précise Tristan Mattelart (2007: 34).

Coïncidant avec la montée en puissance, depuis le milieu des années quatre-vingt, des recherches sur les « audiences actives », largement impulsées par les Cultural Studies, la mise au premier plan académique de la question des diasporas dirigera en particulier l'attention des chercheurs vers l'analyse de la réception des médias au sein des groupes de populations d'origine immigrée.

En menant en 1995, sous la direction de Roger Silverstone, une étude intitulée *Television, Ethnicity and Cultural Change*, auprès des jeunes d'origine pénjâbie dans la banlieue de Londres à Southall, Marie Gillespie s'interrogea sur les transformations identitaires sous l'influence des interactions interculturelles autour de la problématique de la consommation médiatique. D'autres études, ont elles aussi examiné les activités médiatiques des immigrants en divers coins du globe. À ce titre, citons les recherches²⁴ menées par le travail d'Hamid Naficy (1993) sur la production de médias par les Iraniens en exil, de Alec Hargreaves et Dalila Mahdjoub (1997) sur la réception des télévisions arabes par satellite au sein des

²³ Cette notion d'espace dénommée « third space » ou troisième espace, où peuvent être localisées les formes culturelles, échappant à l'alternative du « nous » et du « eux », a été introduite par Homi Bhabha (1994). Cet espace de l'entre-deux ou *inbetween* représente ainsi un espace culturel hybride.

²⁴ Ces études seront plus amplement évoquées dans le chapitre III.

communautés maghrébine et turque en France, de Leïla Ben Amor-Mathieu (2000) sur les télévisions hispaniques aux États-Unis, de Stuart Cunningham et John Sinclair (2000) sur l'usage des médias par la diaspora asiatique en Australie, et enfin, de Kevin Robins (2001) sur l'arrivée des télévisions turques dans les foyers turcophones en Europe.

Dans une société multiculturelle comme le Québec, où la population est composée à 12 % de minorités visibles, de nombreuses études ont pu constater la sous-représentation ainsi que la représentation stéréotypée et souvent négative des minorités ethniques par l'industrie de l'information et du divertissement. Ainsi, les médias québécois sont accusés de proposer une image singulièrement homogène de la société et, selon plusieurs analystes, présentent encore trop souvent les membres des minorités visibles comme des « étrangers ». À cet égard, il semble que la sensibilité au dialogue interculturel ne soit pas un point fort des médias québécois et que, d'une certaine façon, ils négligent la dimension interculturelle de la diversité. Ainsi, lors du colloque sur le thème des « médias et de la diversité culturelle²⁵ », il ressort que de nombreux immigrants trouvent que la presse locale est plutôt avare d'analyses pertinentes, que les explications sont souvent incomplètes, et que l'utilisation généralisée des dépêches des agences internationales présente un éclairage trop uniforme de ce qui se passe au sein de leurs pays d'origine²⁶.

Ce manque de reflet adéquat des communautés culturelles²⁷ dans les médias québécois ne peut demeurer sans conséquence sur des publics qui, après tout, ont la capacité d'être « actifs » et possèdent, par conséquent, un pouvoir déterminant dans l'événement communicationnel. Ainsi, grâce à son bagage psycho-socio-culturel, le récepteur est en mesure de sélectionner les contenus informationnels et de construire le sens du message en fonction des normes, des valeurs, des croyances, et en un mot, de la culture de son propre

²⁵ Colloque organisé par l'Association pour l'éducation interculturelle du Québec (APEIQ) les 12 et 13 juin 2002.

²⁶ Informations extraites de l'article « Du travail à faire » de Rosario Demers et Gilles Monroty (respectivement président et directeur de l'Association pour l'éducation interculturelle du Québec) paru dans le quotidien *La Presse* le 1^{er} août 2002.

²⁷ Appellation désignant les groupes ethniques au Québec et définis selon divers critères dont la langue ou le pays d'origine.

groupe de référence²⁸. Il évalue ainsi la situation communicationnelle à partir de sa « propre perception de la situation, ses propres intentions, ses propres besoins », et interprète, par là même, les médias en fonction de « ce qu'il croit être l'intention (ou le manque d'intention) de l'émetteur, du souvenir de ses précédentes interactions avec cet émetteur (Ravault, 1985 : 258) ». Le (télé)spectateur peut donc exercer son esprit critique et est en mesure de choisir les contenus auxquels il s'expose.

Dès lors, le groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion a pu constater, à travers son étude menée en 1986, au Québec, que les citoyens issus de l'immigration ne se sentant pas adéquatement représentés par la télévision francophone, se tournent davantage vers les médias anglophones. Et d'insister sur le fait que :

Le peu d'intérêt que les médias francophones accordent aux communautés ethnoculturelles incite les immigrants du Québec à leur préférer les médias anglophones. La communauté francophone se prive ainsi d'un apport culturel et linguistique qui lui serait pourtant bien précieux, compte tenu de sa faible croissance démographique²⁹.

En d'autres termes, les télédiffuseurs francophones, constatant un intérêt de leur public francophone traditionnel pour la télévision anglophone³⁰, et particulièrement américaine, craignent un « transfert d'écoute » du français vers l'anglais.

Notre hypothèse est toute autre. Selon nous³¹, les immigrants maghrébins au Québec - à dominante francophone³² - s'éloigneraient des médias francophones pour rejoindre davantage

²⁸ Thèse développée par Ravault, René-Jean (1980).

²⁹ Rapport du Groupe de travail sur la politique de la radiodiffusion. Approvisionnements et Services Canada, Ottawa, 1986, page 582. Cité par Dupont et Niemi (1993 :4).

³⁰ Comme le précise l'étude de Lachance (1994), « globalement, 27 % de l'écoute de ces communautés du Québec va aux chaînes francophones, contre 64 % aux chaînes anglophones et 9 % aux chaînes ethniques alors que 70 % des personnes déclarent pourtant pouvoir s'exprimer en français » (Cité par Proulx et Bélanger, 2001).

³¹ Vous aurez sans doute remarqué le passage du « je » au « nous ». Ce changement ne traduit pas un cas de schizophrénie mais plutôt la mise en contraste du « je », en tant que personne, et du « nous » qui inclut la personne, l'observatrice, la chercheuse en somme. En ce sens, lorsque « je » me suis rendue chez cette famille marocaine, « je » n'y étais pas à titre d'observatrice ou de chercheuse mais bel et bien pour y prendre le thé.

les médias arabophones qu'anglophones. Nous pensons que même si l'appropriation du satellite par la communauté arabo-musulmane au Québec n'a pas suscité la même controverse qu'en Europe, les membres de la communauté maghrébine de Montréal se tournent vers les médias de leur pays d'origine. « À l'image des travailleurs immigrés turcs en Allemagne [qui] regardent des films turcs dans leurs appartements allemands, [des] Coréens de Philadelphie [qui] regardent les Jeux olympiques qui ont eu lieu à Séoul en 1988 grâce aux réseaux satellites depuis la Corée, et des chauffeurs de taxi pakistanais de Chicago [qui] écoutent les cassettes de prêches enregistrées dans les mosquées du Pakistan ou d'Iran » (Appadurai, 2001 : 29), les Maghrébins installés à Montréal regardent la télévision en langue arabe via la parabole, lisent les journaux et écoutent la radio du pays d'origine grâce à Internet qui, de par sa propagation mondiale, a ajouté, de façon significative, un moyen de maintenir les liens diasporiques. Comme le précise Karim H. Karim³³, « Internet est un moyen qui convient particulièrement aux besoins des diasporas puisqu'il est relativement peu coûteux, et qu'il permet les contacts d'un endroit à l'autre dans le monde entier ainsi qu'une communication interactive quasi instantanée³⁴ ».

Ainsi, grâce aux spectaculaires développements technologiques intervenus dans le domaine des infrastructures de diffusion directe par satellite ainsi qu'à l'avènement d'Internet, de plus en plus d'immigrants installés au Québec ont accès aux médias des pays d'origine. Malgré de très longues distances, ces médias transnationaux permettent de relier des individus et, par là même, favorisent le maintien d'identités préexistantes ainsi que la formation d'identités non plus nationales mais transnationales. En tentant de répondre à une carence des médias traditionnels de la société d'accueil, ces médias diasporiques trouvent un écho souvent favorable auprès des populations immigrantes qui y voient une réponse à un besoin

³² Selon le ministère des affaires internationales, de l'immigration et des communautés culturelles, la quasi-totalité (96,5 %) des membres de la communauté maghrébine parle le français.

³³ « From ethnic media to global media: transnational communication networks among diasporic communities », Working Paper for the ESRC Transnational Communities Programme at Oxford University, WPTC-99-02, in <http://www.transcomm.ox.ac.uk>

³⁴ Traduction libre. « The Internet is a medium that is particularly suited to the needs of Diasporas since it is relatively inexpensive, provides for lateral, point-to-point contacts around the world, and enables almost instant interactive communication. »

d'affirmation identitaire. La question des transformations socioculturelles, considérées comme la conséquence de la réception des produits médiatiques internationaux, se pose alors dans toute son intensité. Cette attention à la culture dans le processus de décodage des produits médiatiques est un point majeur des Cultural Studies, de l'anthropologie, et de la théorie de la réception active. En partant de ces théories et de ces approches, notre recherche vise à appréhender la manière dont le mode de consommation des médias de la culture d'origine par les immigrants nord-africains à Montréal contribue au développement d'une nouvelle forme d'intégration ou encore d'une nouvelle identité, bricolée, métissée, syncrétique, faite d'apports, à la fois, endogènes et exogènes.

Dès lors, nous avons voulu tenter d'appréhender la place occupée par les médias de la culture d'origine et ceux de la société d'accueil auprès de la population maghrébine. Pour ce faire, il nous a semblé pertinent de nous poser, dans un premier temps, une série de questions qui permettraient de guider et d'articuler notre recherche. En ce sens, nous nous sommes demandée si ces médias transnationaux, en proposant des contenus propres à une communauté en particulier, favorisent une réelle intégration ou, au contraire, provoquent un repli communautaire voire même une « ghettoïsation ». Contribuent-ils à la préservation des valeurs, de la langue, et de la culture du pays d'origine par ces immigrants ? Quelles transformations ont-ils engendrées dans les caractéristiques socioculturelles de ces immigrants ? Quels changements opèrent-ils dans les habitudes de consommation médiatiques ? Entrent-ils en confrontation avec les médias locaux ou bien se combinent-ils pour permettre aux immigrants de « garder un œil » sur ce qui se passe dans le pays d'origine tout en tentant de s'intégrer à la société d'accueil ? La réception des médias glocaux - globaux et locaux - génère-t-elle des transformations socioculturelles chez ces immigrants ?

La question principale de cette étude repose donc sur le processus d'intégration et de transformations identitaires des immigrants nord-africains à Montréal à travers la réception des médias. Notre recherche stipule que les récepteurs sont dotés d'une capacité critique susceptible de leur permettre de faire coexister de façon harmonieuse différentes cultures, favorisant ainsi une transformation culturelle qui se manifeste par la conservation ou le rejet

sélectif des valeurs de la culture d'accueil et de la culture d'origine, et donnant naissance à un sentiment d'identité partagé entre deux cultures.

En somme, notre hypothèse principale repose sur le fait qu'à travers la « transnationalité », perçue comme un « processus d'hybridation et de passage des frontières allant de l'adhésion au rejet des cultures en présence en passant par le bricolage identitaire » (Ferjani, 2007 :104), la relation des immigrants nord-africains avec les médias de la culture d'origine entraîne des mutations identitaires. L'analyse des témoignages de nos répondants au sujet de la réception des médias nationaux et transnationaux nous apportera les éléments nécessaires à la compréhension de cette réinterprétation de la culture, engagée par les immigrants en condition d'immigration, d'intégration, et de changement socioculturel.

Devant la quasi-absence de recherches québécoises sur cette question, il nous a paru utile, voire nécessaire, d'avancer les hypothèses suivantes pour la réalisation de notre étude :

- a. Les immigrants nord-africains rejettent les médias de la société d'accueil car ils s'y sentent sous-représentés ;
- b. Les immigrants nord-africains rejettent catégoriquement les médias de la culture d'origine afin de s'assimiler à la société d'accueil ;
- c. Les immigrants nord-africains consomment les médias de la culture d'origine avec « modération » afin de rester liés à la société d'accueil ;
- d. Les médias transnationaux arabes reçus par satellite et par Internet ghettoïsent les immigrants nord-africains installés à Montréal ;
- e. Les médias transnationaux arabes sont consommés tout autant que les médias du pays d'accueil, et ne sont donc pas un frein à l'intégration de ces immigrants ;
- f. La réception des médias nationaux et transnationaux par ces immigrants permet la naissance d'une culture cosmopolite faite d'apports culturels d'ici et d'ailleurs.

La mise en relief de ces hypothèses nous a permis de souligner la façon dont les médias arabes sont perçus par les individus qui ont accepté de participer à notre recherche. Cette dernière comporte huit chapitres. Le premier présente le contexte de notre étude. Après avoir

pris soin de dresser un portrait historique de l'immigration au Canada et au Québec, nous précisons la question de l'intégration. À travers une revue de littérature axée, pour l'essentiel, autour des travaux de l'École de Chicago, nous confrontons ce concept à celui de l'assimilation et de l'acculturation, et examinons sa place à travers diverses sociétés d'immigration, tels que les États-Unis, la France, et bien évidemment le Canada et le Québec. Ceci afin de mettre en lumière certaines politiques et recherches menées sur ces questions ainsi que les contradictions qui en découlent.

Dans un second temps, nous discernons notre cadre théorique autour des concepts clés empruntés aux théories de la réception. En présentant les principales théories critiques de la réception - la théorie des effets, l'approche des usages et gratifications, les études culturelles, ainsi que la théorie de la réception active - nous précisons les principaux courants de pensées qui sous-tendent notre recherche. À travers la présentation des divers courants critiques de la réception, nous soulignons le passage du consommateur « passif » au récepteur « actif ». La théorie de la réception active nous permet ainsi de mettre de l'avant le rôle du récepteur, non plus considéré comme victime, mais comme un individu possédant, grâce à son bagage psycho-socio-culturel, un pouvoir de création du sens de ce à quoi il décide de s'exposer.

Si notre recherche s'articule autour de la question de la réception, il n'en demeure pas moins qu'elle s'inspire aussi des travaux des Cultural Studies, et de l'anthropologie sur les questions liées au transnationalisme, à l'hybridité, et aux diasporas. Le troisième chapitre s'inspire de travaux articulés autour des médias et des diasporas - terme englobant aujourd'hui tout groupe vivant loin de son « pays d'origine ». Ce concept-clé permet d'appréhender et de comprendre les transformations associées à la mondialisation des médias et des cultures. À travers des études menées en Europe et aux États-Unis sur cette question, nous tentons de discerner la relation entretenue par les médias et l'immigration.

Le chapitre suivant s'attache à présenter les communautés que nous avons choisi d'étudier. Il nous a semblé nécessaire de dresser un portrait des Algériens, Marocains, et Tunisiens installés au Québec. À travers un bref aperçu historique de l'immigration de ces populations vers le Canada, nous tentons de mettre en lumière les principales raisons qui les poussent à

choisir le Québec comme lieu d'installation. Nous verrons comment et pourquoi, jadis davantage tournés vers la France, ces immigrants choisissent depuis le milieu des années 1990 de vivre le « rêve américain en français ».

Traiter des médias arabes reçus par satellite et Internet sans en établir un portait aurait, sans doute, été inapproprié. Le cinquième chapitre s'attache donc à dresser la genèse et les attributs des chaînes de télévisions arabes reçues par satellite. Nous verrons dans quel contexte ces chaînes ont vu le jour, les raisons qui ont permis leur éclosion, ainsi que leur émission au Québec.

Le sixième chapitre dresse le cadre méthodologique utilisé pour la réalisation de notre recherche. Lorsque nous avons commencé à travailler sur cette dernière, nous avons fait le choix d'utiliser la méthodologie qualitative uniquement. Or, le Centre d'Études sur les Médias de l'Université Laval nous a proposé, par la suite, d'approfondir notre recherche sur le terrain grâce à une enquête par questionnaire. Celle-ci contribuerait à mettre en lumière la place des médias arabes au sein des foyers nord-africains à Montréal. Elle permettrait ainsi de jauger le phénomène à travers des chiffres. Nous avons pensé qu'il s'agissait d'un facteur pertinent à notre recherche puisque nous pourrions ainsi l'approfondir davantage. Cette utilisation simultanée de deux techniques de recherche pour notre enquête nous a ainsi permis d'explorer notre objet de recherche à travers deux méthodes, l'une qualitative, l'autre quantitative. Dans le chapitre cinq, nous présentons le choix des instruments de notre première enquête - de type qualitatif - appuyée pour l'essentiel sur les travaux de l'École de Chicago. Ceux-ci ont largement contribué à la mise en place des principales étapes de notre enquête sur le terrain de type ethnométhodologique. Tout au long de ce chapitre, nous présentons ainsi le choix de cet instrument de recherche, la démarche qui en découle, la mise en place de notre enquête, la formation de notre échantillon, le traitement des données ainsi que les difficultés rencontrées sur le terrain.

Le chapitre suivant s'attache à présenter les résultats de cette enquête ethnographique que nous avons menée au moyen d'entrevues en profondeur de type semi-dirigé, à l'aide d'un schéma d'entrevue préétabli précisant les thèmes à aborder. Parmi les types de données

recueillies, les premières sont d'ordre biographique (parcours migratoire du répondant, caractérisation des valeurs). Les secondes, d'ordre expérientiel, sont liées à des événements vécus par le répondant depuis son arrivée au Québec. Enfin, les données qui nous intéressent ici plus particulièrement reposent sur la relation entretenue par le répondant avec les médias. À travers l'analyse des entrevues réalisées auprès de seize personnes, nous précisons à travers les thématiques retenues pour cette étude, les résultats qui en émanent. Ceci permet de mettre en lumière les aspects proéminents des discours de nos répondants tout en nous référant au cadre théorique adopté.

Comme nous l'avons souligné précédemment, nous avons choisi de réaliser une enquête « mixte » alliant qualitatif et quantitatif. Le huitième chapitre permet de mettre en lumière l'élaboration de notre questionnaire, la rencontre avec nos répondants, le traitement des données, les difficultés rencontrées sur le terrain car, contre toute attente, celles-ci ont été plus nombreuses que nous le pressentions.

Enfin, le dernier chapitre s'attache à l'analyse des résultats de notre recherche quantitative. Afin d'appréhender de façon chiffrée la place des médias arabes dans les foyers maghrébins à Montréal, nous avons mené cette enquête au moyen d'un questionnaire. Nous avons tenté de définir les liens qu'entretiennent ces immigrants - en fonction de leurs âges, genres, et statuts professionnels - avec le pays d'origine et la société d'accueil. Nous avons aussi recherché les raisons qui les poussent à l'acquisition de la parabole, les motifs pour lesquels ils n'en possèdent pas, les chaînes ainsi que les programmes de télévision qu'ils regardent le plus, l'usage qu'ils font d'Internet, et la place qu'occupent les médias canadiens - anglophones et francophones - au sein de leurs foyers.

CHAPITRE I

CONTEXTE DE LA RECHERCHE

POUR UNE DÉFINITION DE L'INTÉGRATION

Avec la mondialisation, entraînant l'hétérogénéité des flux migratoires, la question de l'intégration ou encore de la « non-intégration » des immigrants est devenue un enjeu tant dans les sociétés d'immigration que d'émigration. Le Québec n'en est pas exempt et le récent débat sur les accommodements raisonnables³⁵ nous l'a rappelé. Le présent chapitre tente, tout en précisant les grandes phases de l'immigration au Canada ainsi que les principaux traits du multiculturalisme, de mettre en lumière ces concepts ainsi que ceux qui s'y rattachent, soit l'assimilation, et l'acculturation.

1.1 Le Canada : un pays d'immigration

1.1.1 Les grandes phases de l'Histoire de l'immigration au Canada

Dans le cadre de cette présente recherche, nous ne dresserons pas l'Histoire de l'immigration au Canada depuis sa genèse. Nous avons plutôt opté pour un aperçu laconique mais, nous

³⁵ Le concept de droit canadien appelé « accommodement raisonnable » - notion juridique canadienne issue de la jurisprudence associée au monde du travail - désigne l'assouplissement d'une norme afin de contrer la discrimination que subit une personne, et dans le but de respecter le droit à l'égalité du citoyen. Pour mémoire, durant l'année 2006-2007, la société québécoise a profondément été marquée par la « crise » des accommodements raisonnables caractérisée par un ensemble très large de controverses (port du *kirpan* par un étudiant sikh, port du foulard par une joueuse de soccer, port du casque de sécurité par un employé sikh, etc.). Afin de tenter d'atténuer l'incompréhension et le mécontentement entourant le débat sur les accommodements raisonnables, le premier ministre du Québec, Jean Charest, a mis en place, le 8 février 2007, une Commission de consultation sur les pratiques d'accommodements reliées aux différences culturelles, présidée par l'historien Gérard Bouchard, et le philosophe Charles Taylor. Les travaux de la Commission ont pris fin en mars 2008.

l'espérons, éclairant. Il permettra ainsi au lecteur de « prendre le pouls » des grandes phases de l'immigration canadienne. Pour ce faire, nous ne remonterons donc pas jusqu'en 1534 où les « premiers immigrants » débarquèrent au *Kanata*³⁶, période durant laquelle les autochtones assistèrent à l'arrivée de Français puis de Britanniques qui allaient rapidement établir leurs colonies. Nous nous contenterons donc d'un retour jusqu'en 1869, date à laquelle la première loi fédérale³⁷ sur l'immigration fut promulguée par le Parlement canadien. Celle-ci prévoit un partage fédéral et provincial des responsabilités en matière d'immigration. En 1910, on ajoutera à cette loi la précision suivante : « Quiconque préconise le renversement du gouvernement canadien ou britannique ne pourra être accepté au Canada » (Barette, et al., 1996 : 116). Durant la même année fut votée la « Loi de 1910 » qui exigeait aux migrants venant de l'Inde qu'ils aient au moins deux cents dollars en poche et surtout qu'ils viennent directement au Canada sans faire d'escale - exigence plus que discriminatoire quand on sait qu'à cette époque aucun moyen de transport ne reliait directement l'Inde au Canada. Ces lois marquent l'avènement d'une série de mesures discriminatoires à l'endroit des membres des minorités visibles mettant en pratique « l'immigration préférentielle et restrictive » (Rogel, 1989 : 21). Ainsi, à partir de 1911, les Noirs furent refoulés aux frontières sous prétexte qu'ils étaient biologiquement incapables de s'adapter aux durs hivers canadiens. En 1921, l'*Immigration Act* qui prévoit un partage fédéral et provincial des responsabilités en matière d'immigration, définira l'immigrant comme « une personne qui n'est ni invalide, infirme, malade ou criminelle » ou, en d'autres termes, d'individus « en santé et intègres ». Plus tard, en 1923, fut voté le *Chinese Immigration Act* qui interdisait l'entrée des Chinois au Canada. Autant de mesures discriminatoires qui ont perduré au Canada jusqu'en 1940. Pourtant, malgré ces mesures, de 1869 à 1914, le Canada verra ainsi arriver le plus grand nombre d'immigrants de toute son histoire, venant essentiellement des Îles Britanniques, des États-Unis et de l'Europe de l'Ouest.

³⁶ Le nom Canada vient de *Kanata*, signifiant « peuplement » ou « village » en langue huronne.

³⁷ Cette loi traitait principalement de la prévention des maladies et de leur propagation au Canada, ainsi que des mesures à prendre pour assurer la sécurité des passagers à bords des bateaux transportant les immigrants.

À chaque période de l'immigration canadienne correspondent donc des lois et des règlements, des mécanismes de sélection, et des niveaux d'immigration. En 1950, période caractérisée par une prospérité économique ainsi qu'un manque de main-d'œuvre, le « département de la citoyenneté et de l'immigration » sera créé. L'immigration deviendra ainsi un instrument de développement économique et démographique très important. Néanmoins, même si on décida de la « libéraliser », elle ne se fera pas à n'importe quel prix. En ce sens, en 1952, une nouvelle loi va définir clairement le type d'immigrants que le gouvernement acceptera, à savoir « white if possible », et Britanniques de surcroît. Cette loi est ainsi chargée de restrictions à l'égard de l'entrée d'immigrants noirs et asiatiques sur le territoire canadien et la discrimination dont elle fait preuve est manifeste. L'article 61, par exemple, permettait au ministère d'exclure n'importe quelle personne ou n'importe quel groupe ethnique qu'il jugerait incapable de s'assimiler. Cette loi visait aussi à combler les besoins du Canada en main d'œuvre non qualifiée, laquelle viendra surtout d'Europe du Sud (Grèce, Italie, Espagne) et rendit néanmoins possible la réunification des familles. Ainsi, tout résident permanent pouvait demander à « parrainer » un parent, c'est-à-dire à prendre en charge certaines catégories de parents admissibles.

En 1968, est créé le « ministère de l'emploi et de l'immigration » qui va mettre en place une grille de sélection³⁸ pour l'admission des immigrants. Elle se veut objective, non entachée de discrimination, et introduit le système de points encore en vigueur aujourd'hui. On a ainsi

³⁸ Tel qu'indiqué sur le site du gouvernement canadien, il s'agit d'un « outil d'application universelle qui permet aux conseillers à l'immigration d'évaluer les chances de réussir l'intégration à la société québécoise de tous les candidats de la catégorie des immigrants indépendants (immigration économique). Les facteurs ou critères de cette grille sont particulièrement : formation (dont le niveau de scolarité et le domaine de formation), âge, expérience professionnelle, connaissances linguistiques (français et anglais), adaptabilité (qualités personnelles, motivation, connaissance du Québec, lien avec le Québec et séjour au Québec). Autres facteurs spécifiques aux sous-catégories d'immigrants indépendants : être en possession d'une offre d'emploi validée, caractéristiques du conjoint (époux, conjoint de fait) telles que formation, expérience professionnelle, connaissance du français, âge, présence d'enfants de moins de 22 ans, capacité d'autonomie financière (minimum de 3 mois, selon des barèmes établis). À ces facteurs ou critères sont accordés des points. Certains critères sont éliminatoires et un seuil de passage est fixé. La pondération des différents facteurs ou critères pourra être modifiée au besoin, afin de s'ajuster rapidement au flux international d'immigration ou aux intentions d'accueil du Québec. Informations recueillies sur le site du gouvernement à l'adresse suivante : http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?dossier=8508&table=0, site consulté le 8 février 2008.

ouvert la porte à des gens instruits et qualifiés, et on a, par là même, permis une plus grande diversification de l'immigration.

Durant la même année, le Québec qui n'avait jusque-là aucun pouvoir sur son immigration va créer son propre ministère de l'Immigration dont l'objectif est de répondre aux besoins spécifiques de la main-d'œuvre. La priorité du ministère repose ainsi sur l'intégration des immigrants à la communauté francophone³⁹.

En 1969, la loi sur les langues officielles est adoptée et fait de l'anglais et du français les deux langues officielles du Canada. Plus tard, en 1971, la Commission royale d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme publiera un rapport recommandant notamment que le gouvernement reconnaisse aux groupes ethniques non fondateurs tous les droits accordés aux citoyens afin qu'ils participent aussi aux institutions canadiennes. Cette politique va ainsi véhiculer l'idée d'une « mosaïque » canadienne constituée de groupes ethniques unifiés par la communication dans les deux langues officielles, l'anglais et le français. La société d'accueil conserve cependant son intégrité et garde le contrôle des principales commandes politiques, sociales, culturelles et religieuses. On invite ainsi les immigrants à « choisir de s'intégrer à l'une ou l'autre des deux sociétés, anglaise ou française, sans pour autant entraîner la perte d'identité d'un particulier ou de ses « caractéristiques originales », ou de la langue et de sa « culture originales ». En 1971, Pierre-Elliott Trudeau, Premier ministre du Canada précisera :

Le pluralisme culturel est l'essence même de l'identité canadienne. Chaque groupe ethnique a le droit de préserver et de développer ses propres valeurs et culture dans le contexte canadien. Pour avoir deux langues officielles, nous n'avons pas deux cultures officielles et aucune culture particulière n'est plus officielle qu'une autre.

³⁹ Scellé en 1982, dans le cadre de l'« accord Couture-Cullen », le Québec obtiendra le droit de sélectionner ses immigrants. En décembre 1990, le gouvernement du Québec et la ministre des communautés culturelles et de l'immigration ont proposé un énoncé de politique en matière d'immigration et d'intégration à quatre objectifs interdépendants reposant le « redressement démographique », la « prospérité économique », la « pérennité du fait français », et « l'ouverture sur le monde ». Cette entente a ainsi permis à la province francophone de fixer, depuis 1991, ses objectifs d'immigration et d'adopter des politiques de sélection et d'établissement.

Constitué d'immigrants provenant des « quatre coins du monde », le Canada a ainsi opté pour une politique multiculturaliste qui a soulevé et soulève encore de nombreuses questions et critiques. En ce sens, force est de se demander si l'on peut reconnaître les droits culturels des individus sans renforcer les « communautarismes » ? De plus, la mise en exergue des différences ethniques et culturelles ne contribuerait-elle pas à une marginalisation des minorités plutôt qu'à leur intégration ?

1.1.2 Le multiculturalisme : un marché aux illusions ?⁴⁰

« Multiculturel » et « multiculturalisme » sont des termes récents. Comme le précise Doytcheva (2005 : 8), l'adjectif est recensé pour la première fois dans la langue anglaise, en 1941, où il désigne une « société cosmopolite, composée d'individus sans préjugés ni attaches pour qui les nationalismes d'antan ne signifient plus rien ». Ce substantif, né au début des années 1970 au Canada et en Australie pour désigner des politiques publiques qui tendent à valoriser la diversité culturelle, caractérisent ces deux pays. Comme le précise Glazer (1997), tous les ouvrages dont les livres contiennent les mots « multiculturalisme » dans les années 1970-1980 sont soit canadiens, soit australiens. Et, il faudra d'ailleurs attendre 1989 pour que ce terme soit introduit dans le *Oxford English Dictionary*.

Selon Bénichou (2006 : 16), le multiculturalisme s'articule autour de trois points fondamentaux. Avant tout, il incarne un « idéal » ou un « programme politique » et non pas « une caractéristique de la société ». Puis, il est une « invention contemporaine propre à la société démocratique ». Enfin, « en tant que programme politique », il implique « un changement *institutionnel* et plus généralement un rôle actif des pouvoirs publics ». On doit donc le distinguer des réponses aux problèmes liés au « métissage », « cosmopolitisme » ou « interculturel » puisqu'elles apportent essentiellement des solutions principalement « individuelles de nature esthétique, biologique ou culturelle ».

⁴⁰ Ce titre nous été inspiré par l'Essai de Bissoondath, Neil. 1995. *Le marché aux illusions : La méprise du multiculturalisme*. Canada : Boréal - Liber.

Considérant la société comme une sorte de mosaïque, le multiculturalisme valorise donc les particularismes identitaires. Au Canada, le choix d'une politique fondée sur le multiculturalisme a donné naissance à une nouvelle politique ethnoculturelle. Les objectifs visés reposent sur l'aide aux groupes culturels à la conservation et l'affirmation de leur identité, le franchissement d'obstacles empêchant leur entière participation à la société canadienne, la promotion des échanges entre tous les groupes culturels au Canada, et enfin l'aide aux immigrants pour apprendre au moins l'une des deux langues officielles⁴¹.

En 1982, la « Charte canadienne des droits et libertés » va reprendre les idées fondamentales du multiculturalisme et stipuler, à l'article 27, que « toute interprétation de la présente Charte doit concorder avec l'objectif de promouvoir le maintien et la valorisation du patrimoine multiculturel des Canadiens ». Moins d'une décennie plus tard, en 1988, le Parlement adoptera la « loi sur le multiculturalisme ». Pour la première fois dans le monde, l'égalité culturelle prendra le caractère d'une loi et le multiculturalisme sera officiellement reconnu.

D'après le texte de loi sur le multiculturalisme sanctionné le 21 juillet 1988, « la politique du gouvernement fédéral en matière de multiculturalisme » vise :

1. à reconnaître le fait que le multiculturalisme reflète la diversité culturelle et raciale de la société canadienne et se traduit par la liberté, pour tous ses membres, de maintenir, de valoriser et de partager leur patrimoine culturel, ainsi qu'à sensibiliser la population à ce fait;
2. à reconnaître le fait que le multiculturalisme est une caractéristique fondamentale de l'identité et du patrimoine canadiens et constitue une ressource inestimable pour l'avenir du pays, ainsi qu'à sensibiliser la population à ce fait;
3. à promouvoir la participation entière et équitable des individus et des collectivités de toutes origines à l'évolution de la nation et au façonnement de tous les secteurs de la société, et à les aider à éliminer tout obstacle à une telle participation;
4. à reconnaître l'existence de collectivités dont les membres partagent la même origine et leur contribution à l'histoire du pays, et à favoriser leur développement;

⁴¹ Rappelons à ce titre que le 26 août 1977, la « Loi 101 » a rendu prépondérant l'usage du français dans l'ensemble de la vie publique au Québec. Les enfants ont l'obligation de fréquenter les écoles de langue française jusqu'à l'âge de 16 ans.

5. à faire en sorte que la loi s'applique également et procure à tous la même protection, tout en faisant cas des particularités de chacun;
6. à encourager et aider les institutions sociales, culturelles, économiques et politiques canadiennes à prendre en compte le caractère multiculturel du Canada;
7. à promouvoir la compréhension entre individus et collectivités d'origines différentes et la créativité qui résulte des échanges entre eux;
8. à favoriser la reconnaissance et l'estime réciproque des diverses cultures du pays, ainsi qu'à promouvoir l'expression et les manifestations progressives de ces cultures dans la société canadienne;
9. parallèlement à l'affirmation du statut des langues officielles et à l'élargissement de leur usage, à maintenir et valoriser celui des autres langues;
10. à promouvoir le multiculturalisme en harmonie avec les engagements nationaux pris à l'égard des deux langues officielles.

Ces « dix commandements » du multiculturalisme soulignent ainsi la nécessité de préserver l'identité du Canada et celles de toutes les ethnies qui le composent. Pourtant, les recherches sur la question du multiculturalisme ont pu souligner que les diverses communautés ethniques, loin de dissoudre leurs particularismes culturels dans un « creuset ⁴² » afin de mettre en place une société homogène, ont tendance à conserver leurs particularités. S'il s'agit d'un facteur vertueux pour le multiculturalisme, il n'en demeure pas moins que l'on peut lui reprocher, comme le souligne Julien Bauer (1993), le caractère « raciste » de l'usage de l'expression « minorité visible », que les institutions canadiennes ont utilisé durant les années 1970 pour qualifier les minorités *colorées* et les distinguer de la majorité *blanche*. L'utilisation de cette terminologie n'est pas sans rappeler l'absence de lien avec les dimensions linguistiques, culturelles (traditions, coutumes, et religion) et reprocher la présentation que l'on fait de la « culture des immigrants ». Car, au fait, pouvons-nous conclure à l'existence d'une culture pour tous les immigrants? Peut-on parler de multiculturalisme et omettre les spécificités culturelles propres à chaque communauté? Il serait erroné de prétendre qu'il existe une culture « noire », « asiatique », « blanche », ou

⁴² Terme emprunté à Gérard Noiriel qui a écrit *Le Creuset français : Histoire de l'immigration XIX^{ème}-XX^{ème} siècle* (1988).

« arabe »; un amalgame encore trop souvent présent sur la place publique⁴³. Afin de mettre en exergue les spécificités du multiculturalisme canadien, il serait intéressant de nous pencher sur la notion de « culture des immigrés ».

1.1.3 La culture des immigrés

Définir le concept de culture dans sa globalité serait, sans doute, trop vaste pour ce présent travail. Toutefois, nous pouvons souligner qu'au sens anthropologique, la culture comprend les croyances, les normes, valeurs et représentations communes ainsi que les coutumes, les mœurs, l'ensemble des objets quotidiens et des expressions artistiques. Nous retiendrons de la définition de la culture la « partie intériorisée dans les psychismes », soit l'ensemble acquis des principes culturels; les croyances, normes, et valeurs (Mucchielli, 2002). Selon nous, la culture est mouvante et, comme l'a exprimé Tzvetan Todorov lors d'une conférence sur le « dialogue culturel », il s'agit d'une « entité en évolution constante. Elle n'est pas figée une fois pour toutes, sinon elle serait morte, comme les langues mortes⁴⁴ ».

Dans le courant des années 1970, s'est posée, en France, la question de la culture des immigrés. Cette interrogation donna naissance à l'expression « culture des immigrés⁴⁵ » qui trouva rapidement, dans un contexte particulier⁴⁶, un intérêt notoire. Comme le précise Denys Cuche (1996 : 108-109),

⁴³ Nous avons largement pu le constater durant les débats de la Commission Taylor-Bouchard. Ce point ayant été fortement mis de l'avant par nos répondants, nous y reviendrons au cours du chapitre VII, portant sur l'analyse des résultats de notre recherche.

⁴⁴ Il s'agit là de notre propre retranscription des propos de Tzvetan Todorov, énoncés à l'Unesco, lors du colloque « dialogue interculturel », tenu le 13 mars 2008 à Paris, auquel nous avons assisté.

⁴⁵ Nous constaterons qu'en France on utilise le terme « immigré », et au Québec, celui d'« immigrant », qui n'est pas sans rappeler le même terme dans sa version anglaise. Selon Myriam Hachimi Alaoui (2007 :16), « ces différences lexicales ne sont pas réductibles à une question de traduction, elles relèvent plutôt de conceptions différentes de la place de l'« étranger ». User du terme d'« immigrant », c'est déjà reconnaître que les arrivants sont susceptibles d'entrer dans la société nord-américaine, pensée comme formant une nation par immigration. La notion « d'immigré » renvoie, quant à elle, à d'autres présupposés. Elle entretient l'idée que la nation française serait née d'un peuple originel. »

⁴⁶ En 1974, le gouvernement français arrêta officiellement l'immigration. Durant la même année, les regroupements familiaux, ont été autorisés par la Loi, et ont transformé l'immigration de travail en

L'expression culture des immigrés, renvoie presque toujours à la « culture d'origine » des immigrés, c'est-à-dire la culture de leur pays d'origine. Ce qui est une façon subtile de nier la particularité culturelle des immigrés par rapport à leurs compatriotes restés au pays. Une façon aussi de les enfermer dans une identité immuable.

Ainsi, identifier les cultures des immigrés avec leurs cultures d'origine est une erreur fondée sur une série de confusions. Tout d'abord, l'amalgame fait entre culture d'origine et culture nationale qui pousse à raisonner comme si la culture du pays d'origine était « une », alors que les nations sont loin d'être culturellement homogènes. On ne s'interroge pas non plus sur la spécificité culturelle de chaque groupe d'émigrés d'un même pays, ni sur le rapport de chacun à la culture nationale de son pays, avant même son installation dans le pays d'accueil. Ensuite, la culture nationale « d'origine » est définie implicitement comme une culture immuable, « ou pour le moins faiblement évolutive »; alors que les pays d'où proviennent les immigrants connaissent le plus souvent de profondes mutations socio-économiques, politiques et aussi culturelles. Quels que soient les efforts qu'ils réalisent pour demeurer fidèles à leur culture d'origine, les immigrants seront donc toujours plus ou moins en décalage avec ce qu'est devenue cette culture depuis leur départ. C'est d'ailleurs ce qui constitue l'un des problèmes majeurs du retour des immigrants dans leur pays. Ils ne le reconnaissent plus tant il a changé, « souvent plus culturellement que matériellement » (Cuche, 1996 : 109), et tant eux-mêmes ont aussi changé. Selon Cuche, « la culture dite « des immigrés » est donc en réalité, une culture définie par les autres, en fonction des intérêts des autres, à partir de critères ethnocentristes ». Et d'ajouter que « la culture des immigrés c'est tout ce qui les fait apparaître comme différents, et seulement cela. (...) Plus un individu est perçu comme différent, plus il est considéré comme immigré ».

Au sein des sociétés d'accueil, on ne retient donc essentiellement des caractéristiques culturelles propres aux immigrants que ce qui est conforme à la représentation dominante de ces cultures, à savoir les aspects les plus « visibles » et les plus « surprenants ». On mettra ainsi de l'avant les « traditions », les « coutumes », les « traits culturels » les plus « exotiques », « folkloriques », comme, par exemple, en ce qui a trait aux populations venues

immigration de peuplement. Malgré la crise de l'emploi qui toucha particulièrement les immigrés, on prit conscience de leur installation définitive dans l'Hexagone.

du Maghreb, l'interdit sur la viande de porc, le sacrifice du mouton, le port du *hijab*, le jeûne du ramadan ou encore la circoncision. Cuche résume cela (1996 :110) :

La culture des immigrés est ainsi définie à partir de toute une série de signes extérieurs (pratiques alimentaires, vestimentaires, religieuses, sociales, etc.) dont on ne saisit pas la signification profonde ni la cohérence, mais qui permettent de repérer l'immigré en tant qu'immigré, de rappeler ses origines et, selon l'expression de Sayad⁴⁷ de « le rappeler à ses origines », ce qui est une façon de le « remettre à sa place ».

Autant d'éléments qui ont été soulevés par nos répondants et qui traduisent la complexité de s'intégrer au sein d'une société d'accueil - même si elle se définit comme multiculturelle - lorsque l'accent est particulièrement mis sur les signes les plus ostentatoires et folkloriques de ces populations. Mais au fait, comment parler d'intégration ou d'adaptation des immigrants si, officieusement, on les invite plutôt à s'assimiler? Jusque-là, nous avons choisi de revisiter certains points jugés critiques relatifs à la place qu'assume l'immigrant en tant qu'objet d'étude dans les sciences sociales. Dans les prochaines sections, nous examinerons la genèse des principaux concepts qui mobilisent le débat autour de l'immigration, soit celui de l'assimilation et de l'intégration des immigrants.

1.2 Assimilation, acculturation, ou intégration

Comme le précisent Beaud et Noiriel (1989), le terme « intégration » que l'on associe pratiquement à toutes les recherches sur l'immigration, d'un usage répandu ne « désigne plus rien de précis ». En opposition, le terme « assimilation » ne se manifeste que rarement même s'il faisait partie du vocable dominant durant la première moitié du XX^{ème} siècle. Selon ces chercheurs, les termes « intégration, assimilation, acculturation, adaptation, insertion » sont « largement interchangeables ». Et d'ajouter qu'une même recherche sera, dans un cas, identifiée sous le terme « insertion » et, dans une autre, sous celui de l'« adaptation » ou encore qu'un même article sera désigné, par certains, par le mot-clé « acculturation » et, par d'autres, par le terme « assimilation ».

⁴⁷ Sociologue franco-algérien, Sayad a restructuré la question de l'immigration en plaçant au cœur de son analyse l'émigré-immigré qu'il va considérer non plus comme une force de travail mais comme « un fait social dans sa globalité ».

On est ainsi amené à considérer, au moins sous forme d'hypothèse, que ce sont surtout les frontières entre disciplines qui, inconsciemment, déterminent l'usage des concepts par les chercheurs. Prenons le cas d'une étude monographique, comme on peut en lire si souvent, étudiant les « problèmes d'intégration » d'un groupe d'immigrés X dans une localité Y. Ceux qui réfléchissent principalement aux problèmes économiques (notamment à la question de l'emploi des travailleurs immigrés) utiliseront presque toujours le terme « insertion »; les psychologues préféreront les termes « adaptation » et « acculturation »; les anthropologues, également amateurs de ce dernier vocable, parleront néanmoins fréquemment d'« assimilation », alors que les sociologues et les politologues réfléchiront en termes d'« intégration » (Beaud et Noiriel, 1989 : 64).

Aujourd'hui, on constate que le terme « assimilation » est faiblement employé, et on lui a préféré des termes, pour paraphraser Beaud et Noiriel (1989), plus « chic » comme ceux d'« intégration » ou d'« insertion ». Ceci ne serait pas dû à des raisons d'ordre théorique mais plutôt historiques. En effet, avec le temps, le concept d'assimilation a été dévié de son sens scientifique originel, et a été entaché par les emplois polémiques qui en ont été faits, notamment durant les années 1950. C'est en ce sens que ce terme a été évacué des dictionnaires de sciences sociales ainsi que des index des grandes revues. Aujourd'hui encore, les chercheurs rejettent ce concept aux connotations, somme toutes, ethnocentristes et évolutionnistes, terme qui a pourtant vu le jour au sein de ce que Beaud et Noiriel (1989) nomment la « plus noble tradition sociologique », à savoir l'École de Chicago.

1.2.1 Genèse de la sociologie de l'immigration

Représentative de la sociologie urbaine américaine, l'École de Chicago a consacré nombre de ses travaux à un problème politique et social majeur qui concernait alors toutes les grandes villes du continent nord-américain, celui de l'immigration en termes de l'« assimilation » des millions d'immigrants à la société américaine. Dans une société marquée par « l'existence des Indiens » conjuguée à « la présence d'une forte population noire » fondant l'identité nationale américaine, « [pour] les sociologues de Chicago, la question ethnique [fût] incontournable » (Beaud et Noiriel, 1989).

Cette question de l'intégration et de l'assimilation des immigrants aux États-Unis fut évidemment centrale dans un pays qui s'est progressivement constitué sur plusieurs sédiments migratoires, particulièrement importants au cours du XIX^{ème} siècle et durant les

deux premières décennies du XX^{ème} siècle. Périodes au cours desquelles s'est instauré un débat politique intense sur la question de l'américanisation des immigrants anciens, d'une part, et sur l'opportunité de continuer à autoriser un flux migratoire important, d'autre part. Selon Stow Persons (1987),

les chercheurs de Chicago se sont identifiés avec cette aile du « mouvement progressiste » qui croyait en la capacité de la société américaine d'assimiler ses minorités ethniques. Leurs travaux ont représenté à la fois le point culminant de la tradition assimilationniste et les premières tentatives faites par des chercheurs de circonscrire les limites de cette tradition (cité par Coulon, 2004 : 23).

Beaud et Noiriel (1989) rappellent que la sociologie s'autonomise en tant que discipline scientifique à peu près au même moment (entre 1890 et 1920) en France et aux États-Unis, grâce aux travaux d'Émile Durkheim d'un côté, et à ceux des sociologues de l'Université de Chicago, de l'autre. Selon ces deux chercheurs, le contexte dans lequel s'est déroulée l'émergence de cette pensée sociologique, se veut décisive. Que ce soit pour la pensée sociologique Durkheimienne ou celle des chercheurs de Chicago, elles émergent toutes deux dans un environnement sociopolitique profondément marqué par la xénophobie. Force est de souligner que la France et les États-Unis - bien que représentant tous deux des modèles démocratiques - ont été confrontés à la fin du XIX^{ème} ainsi qu'au début du XX^{ème} siècle à une violente réaction nationaliste contre les nombreux immigrants qui affluèrent des deux côtés de l'Atlantique.

Ainsi, en France, le courant xénophobe va se structurer à la fin du XIX^{ème} siècle, durant les années 1880. Il sera marqué par un certain nombre de projets de lois hostiles à l'égard des étrangers et par un antisémitisme de plus en plus ardent. Durant cette période, l'accent sera mis sur l'impossibilité pour les immigrants de s'assimiler véritablement. Ceci était fondé sur le fait que « les races ont d'autant plus de chance de s'acclimater dans une région qu'elles sont plus voisines ethnologiquement des types qui l'habitent- ce qui favorise les croisements- et que les nouvelles conditions ambiantes ont plus de ressemblances avec celles de leur pays d'origine » (Beaud et Noiriel, 1989 : 65).

Du côté Outre-Atlantique, on a pu remarquer au début du XX^{ème} siècle, au moment où l'immigration atteint son paroxysme, l'émergence d'une propagande nativiste. Elle reposera sur la scientificité néo-darwinienne et réussira à convaincre la majeure partie de l'opinion publique que les « nouveaux immigrants » - Italiens, Polonais, Juifs de Russie, etc. - appartiennent à des « races biologiquement inférieures ». En ce sens, des sociologues tel que William Mac Dougall soutiendront l'idée selon laquelle l'assimilation des immigrants au sein de la société américaine est impossible en raison leur appartenance à « des races trop différentes de la race anglo-saxonne ».

Ainsi, les œuvres les plus marquantes de l'École de Chicago sont pour la plupart essentiellement consacrées à la question de l'immigration et de l'intégration des immigrants à la société américaine. Soulignons que durant près de deux décennies (entre 1914 et 1933), quarante-deux thèses ou ouvrages ont été écrits par des étudiants de Chicago sur les relations ethniques, culturelles et raciales, expérimentant ainsi l'un des thèmes les plus importants de la sociologie américaine. En ce sens, Park⁴⁸, Burgess, et Thomas jouèrent un rôle prépondérant dans l'intérêt porté à cette question. Selon Ernest Burgess (1964),

[Comme il] y avait une grande diversité dans les communautés colorées d'immigrants, les sociologues ont été fascinés par la recherche ethnologique urbaine. Pratiquement aucun de leurs travaux n'a été une simple description, dans la tradition qui était celle de l'anthropologie de l'époque. Au contraire, ils étaient analytiques et s'attachaient à montrer les traits de comportements et les processus d'adaptation et de changement propres aux immigrants dans leur nouvel environnement économique (cité par Coulon, 2004 : 36-37).

Et, de préciser, qu'il s'agissait avant tout pour ces chercheurs de considérer les tensions entre diverses communautés ethniques comme des « phénomènes objectifs » qu'il fallait tenter d'expliquer et non pas d'intensifier par une prise de position pour l'une d'entre elles.

⁴⁸ Soulignons le parcours quelque peu atypique à cette époque de Park qui, avant de venir à l'Université de Chicago en 1914, fut d'une part militant de la cause noire, s'élevant contre l'exploitation dont les Noirs faisaient l'objet en Afrique (au Congo, en particulier). D'autre part, à partir de 1905, il fut le conseiller de Booker Washington, l'une des grandes figures militantes de la cause noire. C'est d'ailleurs dans ces circonstances, au cours d'un colloque sur la question noire, qu'il rencontra Thomas en 1912.

Ainsi, les chercheurs vont prendre en compte la signification de l'action pour les individus et, par là, même prêter un caractère holiste à l'analyse sociale. William Thomas et Florian Znaniecki (1918) avec *The Polish Peasant in Europe and America* vont jeter les bases de ces études. En ce sens, ils apporteront plusieurs contributions importantes sur les problèmes de l'assimilation interculturelle, les relations familiales, les classes sociales, et la vie économique. En réalisant un travail colossal sur l'émigration-immigration des Polonais en Amérique, Thomas et Znaniecki vont entreprendre une étude faisant appel à de multiples sources telles que les coupures de journaux, les lettres personnelles, les documents officiels et ainsi développer le concept d' « attitude » qui jouera un rôle crucial dans l'étude des phénomènes liés à l'immigration, « dans la compréhension et l'explication des problèmes des immigrants, essentiellement dus, dirait-on aujourd'hui, à une brutale transplantation culturelle, ainsi qu'à la découverte de nouvelles règles économiques de vie, individuelle ou collective » (Coulon, 2004 : 26). En réalité, ce concept a permis d'opposer une théorie sociologique aux idées qui avaient jusque-là pignon sur rue, selon lesquelles les différences raciales puisaient leurs origines dans des différences à caractère biologiques.

C'est dans ce contexte que Thomas fut, avec Frank Boas, parmi les premiers intellectuels américains, à critiquer les théories qui expliquaient les différences intellectuelles et mentales par l'appartenance à une race. C'est dans cet esprit que Thomas écrivit que « la variable réelle est l'individu, pas la race » (cité par Coulon, 2004 : 27). En démontrant que l'état mental des immigrants n'était pas lié à un problème physiologique mais était directement rattaché aux changements sociaux intervenus dans leur vie quotidienne, Thomas et Znaniecki ont ainsi fortement contribué à rejeter ce *réductionnisme biologique*. « Comme chez Durkheim, les facteurs explicatifs du social se trouvent [donc] dans le social » (Rea et Tripier, 2008 : 8).

De cette attention portée par la sociologie de l'École de Chicago à la question de l'assimilation des immigrants, sont nés des concepts essentiels tels que celui de la « désorganisation » qui a constitué une première alternative à la théorie de l'assimilation.

1.2.2 Concept de « désorganisation sociale »

Thomas et Znaniecki vont distinguer deux types de « désorganisations ». D'une part, la « désorganisation familiale », et d'autre part, la « désorganisation de la communauté ». En ce qui a trait à la désorganisation de la communauté, elle repose sur l'absence d'opinion publique engendrant un affaiblissement de la solidarité communautaire. La désorganisation familiale, quant à elle, est engendrée par l'émergence de nouvelles valeurs venant modifier les comportements économiques. Selon Thomas et Znaniecki, en réorganisant ses attitudes, le groupe immigrant pourra faire face à la désorganisation familiale. Les valeurs religieuses - moins enclines aux mutations - permettront donc la réintégration de règles et pratiques traditionnelles. Comme le précise Coulon (2004 : 30), « pour les immigrants, il ne s'agit pas cependant d'un retour en arrière, mais d'une conduite qui va leur permettre de s'adapter à leur nouvel univers ». En ce sens, l'éducation, l'organisation de l'habitat par nationalités, l'entraide des immigrés ainsi que la presse locale en langue nationale vont jouer un rôle décisif⁴⁹.

Selon Thomas, il existe donc un cycle de transformations qui se traduit par diverses phases d'organisation et de désorganisation. Sous l'impulsion du progrès technique et économique, puis davantage encore sous l'effet de l'immigration, un groupe social qui était déjà organisé, va commencer par se désorganiser, puis ensuite se réorganise, « sans pour autant être totalement assimilé au groupe d'accueil, dans la mesure où peuvent survivre parallèlement des formes culturelles atténuées du groupe originel, dont les valeurs sont toutefois moins restrictives » (Coulon, 2004 : 30-31). La réorganisation prend ainsi une « forme mixte » permettant l'établissement d'une société américaine composée d'immigrants. Une société « américano-immigrante », ou pour reprendre l'exemple des Polonais dans l'ouvrage de Thomas et Znaniecki, une société ni complètement américaine ni tout à fait polonaise mais qui pose les prémices de l'assimilation des futures générations.

⁴⁹ Selon Park (1915), il existait au début des années 1910 dans la ville de Chicago, dix-neuf quotidiens dont sept étaient publiés en langue étrangère.

C'est pourquoi il faut valoriser l'avènement de ces formes mixtes et provisoires, en encourageant notamment le développement d'institutions multiples qui nouent un lien de continuité avec le passé, avec la culture que l'immigrant est en train de quitter : associations diverses, fêtes, scolarisation bilingue, etc. (Coulon, 2004 : 33).

Cette réorganisation s'effectue autour des valeurs et de pratiques du pays d'émigration. La langue, les valeurs religieuses moins soumises au changement, les relations communautaires offrent la possibilité de réinventer une identité qui n'est pas celle du pays d'origine, mais déjà le fruit d'un métissage. À travers ces études, il appert important de souligner la nécessité pour les immigrants de préserver leurs particularités ethniques et culturelles afin de prendre place dans la société d'accueil. Dans le cadre de notre recherche, nous pensons que les médias arabes contribuent à la préservation de la culture d'origine et ne constituent pas nécessairement un frein à l'intégration des immigrants nord-africains.

1.2.3 Le cycle des relations ethniques chez Park

D'autres auteurs ont poursuivi la voie ouverte par Thomas et Znaniecki en offrant des réponses aux questions soulevées par l'immigration qui allaient au-delà du simple déterminisme biologique. En ce sens, en 1921, Park, en décrivant le processus de désorganisation-réorganisation marquant les relations entre les groupes sociaux autochtones avec les immigrants, va distinguer quatre étapes - la rivalité, le conflit, l'adaptation et l'assimilation - qui représentent chacune un progrès par rapport à la précédente.

La première, caractérisée par la « rivalité » est la forme d'interaction la plus élémentaire et se veut à la fois universelle et fondamentale. Elle s'illustre par l'absence de contact social entre les individus et au cours de cette étape de rivalité, les relations sociales vont être réduites à une coexistence axée sur les rapports économiques, déterminants dans le changement social. La rivalité est le processus qui organise donc la société et détermine la répartition géographique de la société ainsi que la distribution du travail.

La seconde étape repose sur le « conflit » qui se veut, selon Park, « inévitable » lorsque des populations différentes sont mises en présence. Ce processus accompagne toujours l'installation des individus dans leur nouvel environnement. Selon Park (1921), « d'une façon

générale, on peut dire que la rivalité détermine la position d'un individu dans la communauté; le conflit lui assigne une place dans la société » (cité par Coulon, 2004 :38). Comme le précise Coulon (2004), il s'agit d'une phase déterminante, dans la mesure où elle crée une solidarité parmi la minorité, qui entre ainsi dans l'ordre du politique.

La troisième étape, l' « adaptation » peut être considérée telle une conversion religieuse, comme une sorte de mutation (Park, 1921). Elle symbolise ainsi l'effort que doivent entreprendre les individus et les groupes pour s'ajuster aux situations sociales créées par la rivalité et le conflit. « L'adaptation est un phénomène social concernant la culture en général, les habitudes sociales ainsi que la technique, véhiculées par un groupe » (Coulon, 2004 : 39). Pendant la phase d'adaptation, il y a coexistence entre des groupes qui demeurent des rivaux potentiels mais qui acceptent leurs différences. En d'autres termes, les *gangs* de la phase de conflit deviennent des *clubs* durant celle de l'adaptation.

La dernière étape repose sur l' « assimilation » qui fait, selon Robert Park, « naturellement » suite à la phase d'adaptation. Durant cette phase, les différences entre les groupes se sont effacées et leurs valeurs respectives associées. Les contacts entre les individus se multiplient et deviennent plus « intimes » ce qui entraîne une transformation de la personnalité de l'individu. Durant cette phase, comme le précise Coulon, les organisations de défense de la culture immigrée, ou les journaux en langues étrangères, par exemples, vont jouer un rôle prépondérant. Il faut donc en encourager le développement des contacts au lieu de les combattre comme ce fût le cas durant la période des récents débats sur les accommodements raisonnables. En effet, nous pensons que la question de l'interdiction du port du *hidjab*, en dépit de la liberté de culte, propre aux valeurs de multiculturalisme préconisées par le Canada, a généré, durant la crise des accommodements raisonnables, un certain malaise qui est venu modifier les contacts entre les immigrants arabo-musulmans et les natifs.

De cette attention portée par la sociologie de l'École de Chicago à la question de l'assimilation des immigrants, sont nés des concepts essentiels tels que celui de la « désorganisation sociale », de la « marginalité » ou encore de l'« acculturation ». Essentiellement développés dans les travaux de Thomas et Znaniecki, d'une part, et d'autre

part de Park, et de Burgess, ces concepts mettront en évidence la théorie de l' « assimilation » qui sera reprise et modifiée par un grand nombre d'étudiants de cette École.

1.2.4 Le concept d'assimilation

Le concept d'assimilation prend également valeur explicative chez d'autres auteurs, tout en gardant un lien étroit avec une conception d'identité nationale ethniquement homogène. Selon Thomas (1921), l'assimilation se veut à la fois « souhaitable et inévitable » et repose essentiellement sur un processus psychologique. Celle-ci n'est accomplie que lorsque l'immigrant « portera le même intérêt aux mêmes objets que l'Américain d'origine, autrement dit, dans le langage de l'ethnométhodologie, lorsqu'il sera devenu membre, c'est-à-dire qu'il possèdera la maîtrise du langage naturel du groupe » (Coulon, 2004 : 34). Elle nécessite la mise en place d'une mémoire commune entre le natif et l'immigrant. Les immigrants se doivent donc non seulement d'apprendre la langue du pays d'accueil mais aussi les grandes phases de son Histoire, de ses idéaux et des ses valeurs. C'est dans cet esprit qu'au Canada, l'examen pour l'obtention de la citoyenneté canadienne comporte des questions historiques, constitutionnelles, et suppose la maîtrise de l'anglais ou du français. Une façon de tester le degré d'assimilation des immigrants à la société d'accueil. Par ailleurs, Thomas insiste sur la nécessité que les natifs se familiarisent avec les cultures des pays dont les immigrants sont issus. Cela nécessite donc un apprentissage mutuel ainsi qu'une certaine ouverture. Il va sans dire qu'il s'agit de dépasser l'image folklorique des cultures de ces immigrants et de mettre en lumière les caractéristiques historiques et socioculturelles de ces individus. Park va, là encore, s'opposer à une telle vision de l'assimilation et proposer une nouvelle vision de l'identité nationale. En 1914, il publia son premier article sur le problème de l'assimilation, *Racial Assimilation in Secondary Groups with Particular Reference to the Negro*, dans lequel il rejette l'hypothèse communément admise selon laquelle l'unité nationale exige une « homogénéité ethnique ». Au contraire, il définit l'assimilation comme un processus au cours duquel des groupes d'individus participent activement au fonctionnement de la société tout en conservant leurs particularités ethniques et culturelles. Selon lui, l'école jouera un rôle déterminant dans la formation de l'immigrant à sa nouvelle citoyenneté et lui permettra, par là même, d'appréhender les formes de la vie américaine, lui enseignera « la langue, la culture, l'idéologie démocratique » et surtout l'« Histoire

américaine », grâce à laquelle il comprendra qu'en tant qu'immigrant il a, effectivement, un avenir au sein de la société américaine. Malgré les divergences de Thomas et Park quant à la question de l'homogénéité ethnique, leur vision de l'importance du système éducationnel dans le processus d'assimilation demeure très semblable. En ce sens, selon Park et Burgess (1921),

L'assimilation est un processus d'interpénétration et de fusion dans lequel des personnes et des groupes acquièrent la mémoire, les sentiments et les attitudes d'autres personnes et groupes et, en partageant leurs expériences et leur histoire, sont incorporés avec eux dans une vie culturelle commune (cité par Réa et Tripier, 2008 : 12).

En abondant dans le même sens, Thomas et Znaniecki, expliquent que l'assimilation ne peut être analysée au niveau individuel. Selon eux, le choc du déracinement qu'entraîne l'immigration provoque une profonde rupture de tous les liens sociaux qui liaient les membres du groupe d'origine entre eux. D'où l'idée selon laquelle l'assimilation ne peut qu'être consécutive à la reconstruction d'une vie collective dans le pays d'accueil. C'est la raison pour laquelle les deux auteurs affirment que la première étape vers une véritable assimilation consiste, paradoxalement, en la reconstitution du milieu d'origine par le développement d'une sociabilité locale vigoureuse. De plus l'assimilation ne peut être expliquée dans les termes d'un passage d'un état culturel de départ (la « polonité ») à un état culturel d'arrivée (« l'américanité »). En fait, ce que le sens commun désigne comme une « communauté polonaise » est une reconstruction consécutive à une rupture, et de ce fait elle donne naissance à un nouveau groupe ethnique original indissociablement polonais et américain, ou, selon les termes mêmes de Znaniecki, à une nouvelle société polono-américaine à partir des fragments séparés de la société polonaise intégrés à la société américaine.

Les réflexions autour du rapport entretenu par les immigrants et l'identité nationale américaine vont se poursuivre sur un autre plan, celui du concept d'acculturation qui va venir mettre en évidence les limites du concept d'assimilation.

1.2.5 Concept d'acculturation

Contrairement à Park, William Brown (1930), dans sa thèse sur les préjugés raciaux va préciser que, selon lui, le conflit ne constitue pas une simple étape au cours de l'histoire des deux communautés, blanche et noire. En fait, celui-ci serait permanent et caractérise chacune des étapes du cycle des relations interethniques. En ce sens, durant la phase d'adaptation, le conflit atteint son paroxysme. Selon Brown, la culture noire est perçue comme « inférieure » ce qui fait que les Noirs sont marginalisés et que leurs convictions opposées se mettent en place dans chacune de ces deux communautés. Selon le chercheur, il ne pourra donc jamais y avoir d'« assimilation complète de la communauté noire, toujours infériorisée par la culture et l'ordre social blancs » (Coulon, 2004 : 48).

Franklin Frazier (1932) rejoint cette idée et expliqua que le « cycle » ne s'achève pas par l'assimilation mais par l'existence de deux systèmes raciaux distincts. Selon lui, durant la dernière étape du cycle, chacune des deux « races » va développer ses propres institutions sociales. Frazier précisa que si les États-Unis ont été en mesure d'absorber différentes ethnies et cultures européennes ou communément nommées les *WASP*⁵⁰, le constat fut fort différent quand il s'agissait d'accueillir des Noirs ou des Asiatiques⁵¹. En ce sens, selon Frazier, les Noirs américains sont acculturés, puisqu'ils ont acquis les traits principaux de la culture américaine mais ne sont pas pour autant assimilés à la société américaine. En témoigne l'émergence de mouvements revendicatifs pour l'égalité raciale des droits des Noirs. Frazier précise ainsi que les Noirs américains pensent d'abord à eux-mêmes comme Noirs et seulement ensuite comme Américains. Selon nous, ces différences significatives entre le processus d'intégration et d'assimilation des groupes ethniques européens et des groupes raciaux noirs, asiatiques, et autochtones reposaient davantage sur un fait non négligeable, celui du déplacement de ces populations. En ce sens, le déplacement d'immigrants européens était davantage la conséquence d'un choix individuel ou collectif que celui des noirs arrivés

⁵⁰ White Anglo-saxon Protestants.

⁵¹ Ce constat n'est pas sans rappeler celui de la société française où, là encore, on a pu constater la plus grande facilité des populations provenant d'Europe (Italie, Espagne, Portugal, etc.) à s'intégrer par rapport aux populations venant d'Afrique sub-saharienne ou encore des anciennes colonies comme le Maghreb, par exemples.

en Amérique à travers la traite des esclaves ou encore des autochtones « colonisés ou exterminés dans des guerres génocidaires avec le Blanc américain » (Bolaffi, 2003).

Comme le précise Coulon (2004 : 48), « la principale contribution de Frazier à l'étude des relations raciales a été de clarifier ce concept d'assimilation ». En ce sens, on ne peut pas parler des Noirs comme d'une entité homogène et il faut, au contraire, distinguer parmi eux plusieurs sous-groupes correspondant à des niveaux socio-économiques différents et répartis géographiquement, dans des zones concentriques différentes. Ainsi, selon Frazier, il s'agit de distinguer l'« acculturation » de l'« assimilation ». La première constitue donc un phénomène par lequel un individu acquiert la culture du groupe. Il souligne que si elle fut un succès pour les immigrants européens qui s'américanisèrent rapidement, elle fut toutefois moins rapide pour les Noirs, eu égard à la discrimination ainsi qu'à la ségrégation dont ils firent l'objet. L'aspect phénotypique du groupe-cible constitue, ainsi, un élément crucial et déterminant dans le processus d'intégration sociale. En ce sens, l'assimilation apparaît, selon nous, davantage comme une « utopie », compte tenu de la barrière que vient dresser l'aspect phénotypique.

Il faut ainsi noter qu'aucune des grandes études de Thomas, Park, Burgess, pas plus que l'œuvre de Durkheim ne fournit de définition claire et opératoire du concept d'assimilation (Beaud et Noiriel, 1989 : 68). Si le concept d'assimilation, parmi ceux qu'emploie Robert Park, est un des plus difficiles à définir, c'est sans doute dû au fait que la sociologie de Chicago privilégie l'approche empirique du problème. « L'assimilation est [donc] conçue davantage comme un processus que comme un résultat » (Beaud et Noiriel, 1989 : 69).

À partir de 1940, la sociologie américaine remet en cause le schéma évolutionniste de l'assimilation et abandonne, par là même, la conception optimiste qu'elle en avait. La prise de conscience du statut structurel de « minorité dominée » des Noirs ainsi que l'émergence de l'affirmation identitaire ethnique, y compris parmi les immigrations européennes, ayant joué un rôle majeur dans ces transformations.

1.3 Assimilation totale : mythe ou utopie?

En choisissant d'opposer l'« acculturation » à l'« assimilation structurelle », Milton Gordon (1964) va reprendre le modèle cyclique de Park et proposer une nouvelle analyse du processus d'assimilation. Pour Gordon, l'acculturation repose sur l'adoption de normes culturelles dominantes tandis que l'assimilation structurelle concerne, particulièrement, l'insertion des membres des minorités ethniques dans la vie de groupes secondaires (associations, clubs) et dans des groupes primaires (relations amicales et familiales) de la société américaine (Rea et Tripier, 2008). Cependant, son modèle ne repose pas sur les caractéristiques des immigrants mais tient plutôt compte des façons dont la société ralentit ou permet l'insertion des nouveaux immigrants.

Selon Gordon, ce processus d'assimilation s'organise en sept étapes énoncées comme suit :

1. **L'acculturation.** Dans cette étape, les membres des minorités ethniques adoptent les pratiques culturelles (langue, habitudes vestimentaires, goûts musicaux) – exception faite des pratiques religieuses.
2. **L'assimilation structurelle.** Cette phase se caractérise par l'entrée des minorités ethniques au sein des associations, des clubs, des Institutions, des réseaux sociaux de proximité (famille, voisinage, amis). Selon Gordon, cette étape se veut la plus importante car, selon lui, quand celle-ci a lieu, les autres suivent « naturellement ».
3. **Mariage mixte.** Cette troisième étape intervient lorsque le choix du conjoint s'effectue dans le groupe ethnique majoritaire.
4. **Identification de l'immigrant aux symboles de la société d'accueil et de ses Institutions.** Au terme de cette quatrième phase, le sentiment d'appartenance du migrant se construit en référence à la société d'accueil et non plus à celle d'origine.

5. **Disparition de la xénophobie.** Le groupe ethnique minoritaire ne fait plus l'objet de rivalité et de xénophobie de la part du groupe majoritaire.
6. **Absence de discrimination.** La sixième étape se réalise lorsque l'immigrant ne souffre plus de discrimination.
7. **L'assimilation civique.** Cette dernière étape est perçue comme une insertion politique et symbolique des groupes ethniques minoritaires au sein de la société d'installation.

Ces sept étapes de Gordon, ont connu un grand succès auprès des étudiants et des chercheurs qui y ont trouvé un outil d'analyse opérationnel pour les études empiriques. Comme le soulignent Rea et Tripier (2008), Gordon envisage dans cette schématisation de l'assimilation, différents cas de figure. Ainsi, il explique que la phase de l'acculturation peut ne pas être suivie par celle de l'assimilation structurelle. Les immigrants demeurent alors davantage enfermés au sein de leur groupe ethnique d'origine. Cette situation s'apparente, selon Gordon, à celle des Noirs aux États-Unis. Idéalement, ces sept étapes devraient donc se succéder.

De plus, si les immigrants ainsi que leurs descendants atteignent la phase de l'assimilation structurelle, elle pourra prendre trois formes différentes. La première correspond à celle du *melting pot* où les cultures différentes intègrent des éléments mutuels et vont, par conséquent, donner naissance à une nouvelle culture hybride. La deuxième forme repose sur l'*anglo-conformity* où les groupes minoritaires vont adopter des valeurs, des attitudes et des Institutions du groupe majoritaire. Enfin, la troisième forme repose sur le pluralisme culturel qui suppose que les groupes minoritaires préservent des normes et des attitudes spécifiques tout en partageant des valeurs, des buts et des Institutions de la société d'accueil.

Dans le contexte des États-Unis, l'assimilationnisme reposait sur la théorie du *melting pot* américain qui voulait que les membres des groupes ethniques abandonnent leur identité culturelle pour se fondre au sein de la société d'accueil afin de former une culture nationale

distincte. Cette idéologie entraînait en réalité un déni total de la culture des immigrants. Tel le morceau de sucre qui fondrait dans une tasse de café, les immigrants se devaient d'effacer peu à peu leurs spécificités culturelles et identitaires. Force est de souligner que si cette idéologie assimilationniste a prévalu en Grande-Bretagne ainsi qu'aux États-Unis durant les années 1950 et 1960, et qu'elle a été en vogue au Canada et au Québec jusque dans les années 1970, il n'en demeure pas moins qu'après plusieurs années d'application, ces sociétés ont constaté son échec. Ceci s'est traduit par les résistances des immigrants à l'abandon de leur culture d'origine qui ont été plus fortes que prévues et par la dénonciation de ces politiques assimilationnistes dénoncées comme des pratiques racistes et ethnocentristes.

À partir des années 1960, la perspective scientifique et politique du *melting pot* va laisser place à la recherche d'un « pluralisme culturel ». Ce revirement va s'opérer suite à l'adoption du concept d'acculturation proposé notamment par Herskovits (1941) qui, à l'opposé de la vision assimilationniste, va soutenir que les groupes dominés tels que les immigrants, dans un contexte de rencontres des cultures, ne voient pas leurs cadres culturels disparaître totalement. « Ainsi, l'incorporation de standards culturels dominants n'implique pas la disparition des traits culturels d'origine » (Rea et Tripier, 2008 : 50).

Nous l'aurons compris une assimilation totale supposerait la disparition pure et simple des membres des populations issues de l'immigration. Comme le précise Zehraoui (1994), dans ce cas, les immigrants, et particulièrement les plus jeunes, devraient, pour être totalement assimilés, acquérir la nationalité de la société d'accueil, renoncer à leurs noms et prénoms, rompre définitivement avec tout - ou presque - des liens fondamentaux avec leur communauté d'origine. Être totalement assimilé est finalement un processus complexe pour ne pas dire impossible. Selon Zehraoui (1994 : 109), certains individus pourront être « considérés comme assimilés dans une société, tandis que ces mêmes individus, parvenus au même stade dans le processus d'assimilation, seraient considérés « en voie » d'assimilation et donc encore traités socialement en tant qu'« étrangers » au sein d'une autre société fonctionnant sur d'autres critères ». L'assimilation évoque donc l'absorption et est souvent comprise comme dernière étape de l'acculturation « lorsque l'héritage ethno-culturel serait dissout dans les variantes de la culture dominante » (Stoiciu, 1993 : 17). Comme le précise si

bien Gina Stoiciu, « une telle assimilation équivaut à une déculturation, à une perte totale de ses racines ». Dans ce processus, le migrant devrait donc peu à peu éliminer toute une série d'éléments qui constituent sa condition d' « étranger », et qui font sa particularité en tant qu'individu venu d'ailleurs, appartenant à une autre ethnie, une autre culture, une autre religion. Stoiciu précise que ce processus concerne en réalité toutes les générations, et non pas seulement la première et la seconde. Selon elle, au lieu de parler d'assimilation, on devrait plutôt parler de « transculturation », comme processus de « ex-in-néo-culturation », dont le résultat est une « troisième culture ». Alors que la culture immigrée est le résultat d'un processus de synthèse, la troisième culture est résultat d'un processus de syncrétisme où les éléments des deux cultures en présence se combinent pour donner naissance à un produit nouveau et autonome ($A+B=C$). Selon Stoiciu, on peut imaginer quatre situations potentielles de changement culturel, énoncées comme suit :

- a. Interpénétration ($A+B=C$) ;
- b. Juxtaposition (tantôt A, tantôt B) ;
- c. Recouvrement ($A+B=A'$ ou $A+B=B'$) qui est un processus de synthèse et qui donne la culture d'immigrés ;
- d. Déculturation dans le sens d'assimilation à la culture d'adoption.

Le processus de synthèse, défini par Gina Stoiciu, apparaît comme essentiel à nos hypothèses de recherche. Nous pensons que les médias arabes permettent ce processus ainsi que la naissance d'une troisième culture, et, par là même, d'une nouvelle identité. Selon nous, les immigrants maghrébins ne cherchent pas à s'assimiler mais ne cherchent pas non plus à se ghettoïser. Pour ces populations, la réception des médias de la culture d'origine contribuerait davantage à l'élaboration d'une nouvelle identité culturelle qu'à un moyen d'éliminer leurs propres caractéristiques identitaires.

1.4 Ce que fils veut oublier, petit-fils veut se souvenir

Durant les années 1980, les États-Unis (qui vont connaître des bouleversements économiques conjugués à l'afflux de nouveaux migrants non-européens tels que les Asiatiques, les Cubains

ou les Mexicains) vont être amenés à reformuler les théories sur l'assimilation. En ce sens, quatre changements de point de vue vont caractériser les travaux récents sur ce sujet. Le premier se caractérise par un déplacement de l'attention vers les interactions entre les immigrants et les structures du pays d'accueil. Le deuxième repose sur la prise en considération de la diversité des situations des immigrants et, notamment, de la structure de classe et des inégalités entre les migrants. Le troisième va modifier l'attention portée aux différences culturelles pour la porter essentiellement sur les variables structurelles telles que le capital social ou les conditions du marché de l'emploi. Le dernier changement porte sur le refus de réaliser un modèle unique d'assimilation ou d'incorporation des immigrants.

Dans le même temps, en Europe, et en France notamment, les sociologues européens ont peu eu recours au concept d'assimilation. Ceci s'explique avant tout par la complexité de séparer le processus sociologique de son contenu normatif (Rea et Tripier, 2008). Il convenait donc de substituer un autre terme à celui d'assimilation, devenu *politiquement incorrect*. Eu égard à l'usage que l'on faisait de ce terme durant la période coloniale⁵², comment pouvait-on demander à des immigrants provenant essentiellement des anciennes colonies de s'assimiler ? Un certain temps, on a cru tenir le terme le plus adéquat à travers le mot « intégration » parce que, comme le souligne Sayad, ce terme n'avait pas été marqué dans l'Histoire par quelque utilisation particulière. Plutôt « neutre, sans grande résonance idéologique ou ethno-idéologique », contrairement à celui d'assimilation, il ne visait aucune population particulière qui se distingue par son histoire et plus encore par ses origines. Une autre notion voire une autre alternative pour pousser les immigrants à prendre place au sein de la société d'accueil. L'usage du terme « intégration » connût alors un certain attrait. « On se plaît à le distinguer du mot « assimilation », l'intégration supposant l'intégrité de la personne fondue mais non pas dissoute dans le groupe alors que l'assimilation équivaut, se dit-on, à la négation et à la disparition de cette intégrité » (Sayad, 1994 : 309). Pour Abdelmalek Sayad (1994 : 307), l'intégration repose sur un « processus dont on ne peut parler qu'après coup, pour dire qu'elle a réussi ou qu'elle a échoué ; un processus qui consiste, idéalement, à passer de l'altérité la plus radicale à l'*identité* la plus totale (ou voulue comme telle) ». Et d'ajouter qu'il s'agit

⁵² L'assimilation durant la période coloniale était une condition d'accès à la citoyenneté française. Il s'agissait de contraindre les « indigènes » à effacer leurs cultures au profit de celle du colon.

d'un processus dont on constate le résultat mais « que l'on ne peut saisir en cours d'accomplissement car il engage tout l'être social des personnes concernées et celui aussi de la société dans son ensemble ». Selon ce sociologue de l'immigration, l'intégration nécessite donc du temps ainsi qu'un ajustement de la société toute entière.

Si Sayad s'attache à proposer une définition qui s'accorde aux valeurs de la République, nous pouvons nous interroger sur la caractérisation de l'intégration au sein du Québec, cadre dans lequel se situe notre recherche. Nous avons donc retenu le terme d'intégration pour notre recherche. Parler d'assimilation supposerait le déni de la culture dont les immigrants sont porteurs en arrivant dans la société d'accueil. Nous verrons que nos répondants insistent fortement sur cette distinction entre l'assimilation et l'intégration et que tous ont d'ailleurs mis de l'avant leur refus de s'assimiler à la société québécoise.

1.5 Pour une intégration « à la québécoise »

Si le Canada a opté assez récemment pour une politique articulée autour des notions de multiculturalisme et de bilinguisme, le Québec a pour sa part, adopté une politique d'intégration des immigrants à une société francophone dans le respect de la diversité ethnoculturelle. Plus précisément, c'est en 1981 que le ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration a réagi au multiculturalisme en proposant le concept de « convergence culturelle » qui représente une notion de multiculturalisme dans la mesure où il met l'accent sur le caractère francophone de la société québécoise. On opta ainsi pour l'« interculturelisme » qui souligne la nécessité pour les cultures majoritaires et minoritaires de tenir compte de la culture des autres. Ce modèle est appelé à valoriser les relations entre les différents groupes sociaux qui composent la société, encourage une pleine participation de tous ces groupes à la définition d'un projet de société, et préconise d'adopter un certain nombre de mesures (soutien aux groupes ethniques, reconnaissance des langues et des cultures d'origine, et dialogue ethnique) visant avant tout à socialiser les immigrants francophones.

Ce discours nationalitaire est ainsi énoncé au nom d'une minorité dont la culture paraît menacée en Amérique du Nord. Une telle situation implique la politisation du fait français, c'est-à-dire l'exigence d'une intervention politique qui vise la défense et la promotion de la langue française au Québec. Comme d'ailleurs la Loi sur les langues officielles du gouvernement fédéral reconnaît cette nécessité dans l'ensemble canadien (Bourque et Duchatel, 2000 : 160).

Dès lors, le ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration propose sa propre définition de l'intégration. Elle consista ainsi en un

Processus d'adaptation à long terme, multidimensionnel et distinct de l'assimilation. Ce processus, dans lequel la maîtrise de la langue d'accueil joue un rôle moteur essentiel, n'est achevé que lorsque l'immigrant ou ses descendants participent pleinement à l'ensemble de la vie collective de la société d'accueil et ont développé un sentiment d'appartenance à son égard⁵³.

Si cette définition se veut claire, il n'en demeure pas moins qu'elle revêt un caractère politique et institutionnel. De ce point de vue, serait intégré à la société québécoise, tout individu maîtrisant la langue de Molière, participant entièrement à l'ensemble de la vie collective du Québec, et qui a su développer un sentiment d'appartenance à l'égard du pays d'accueil. Mais au fait, si nous nous arrêtons sur cette définition ou encore sur les termes qui y sont employés, nous pouvons nous interroger sur son caractère ambigu. En précisant qu'il s'agit d'un processus « à long terme », cette définition ne précise pas le nombre d'années ou encore le nombre de générations qu'il faudra à un immigrant pour « développer un sentiment d'appartenance » à l'égard du Québec. De plus, si parler français favorise(ra)it l'intégration, on peut se demander comment celle-ci peut se réaliser si l'immigrant ne trouve pas les conditions nécessaires à son intégration socioéconomique. Nous verrons, dans le chapitre IV, que les immigrants maghrébins parlent français, sont diplômés, mais demeurent néanmoins fortement touchés par le chômage. Cette question a d'ailleurs été extrêmement mise de l'avant par la majorité de nos répondants, et nous y reviendrons dans le chapitre VII.

⁵³ Définition extraite de *L'intégration des immigrants* et des Québécois des communautés culturelles : document de réflexion et d'orientation, ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration, 1990, page 3.

Nous intéressant à la question de l'intégration des immigrants au Québec, nous avons tenu à dépasser cette définition gouvernementale afin de préciser les facteurs sur lesquels elle repose. Pour ce faire, nous nous sommes penchée sur une étude de Piché et Bélanger (1995 : 10) qui s'interroge sur les « facteurs d'intégration des immigrants au Québec ». Selon ces auteurs, « sans entrer dans une revue des diverses théories, nous pouvons affirmer que ce terme [intégration] est maintenant généralement utilisé dans la recherche [au Québec] plutôt que les termes acculturation et assimilation ». Et d'ajouter que la plupart des auteurs qui s'est penchée sur la question de l'intégration la perçoit comme un processus pouvant être mesuré sur un ensemble d'éléments allant de la non-intégration (quitter le Québec) jusqu'à l'intégration réussie (performer au moins aussi bien que la population non-immigrante ou native). La figure 1.1 - ci-après - dresse la liste de ces principaux facteurs.

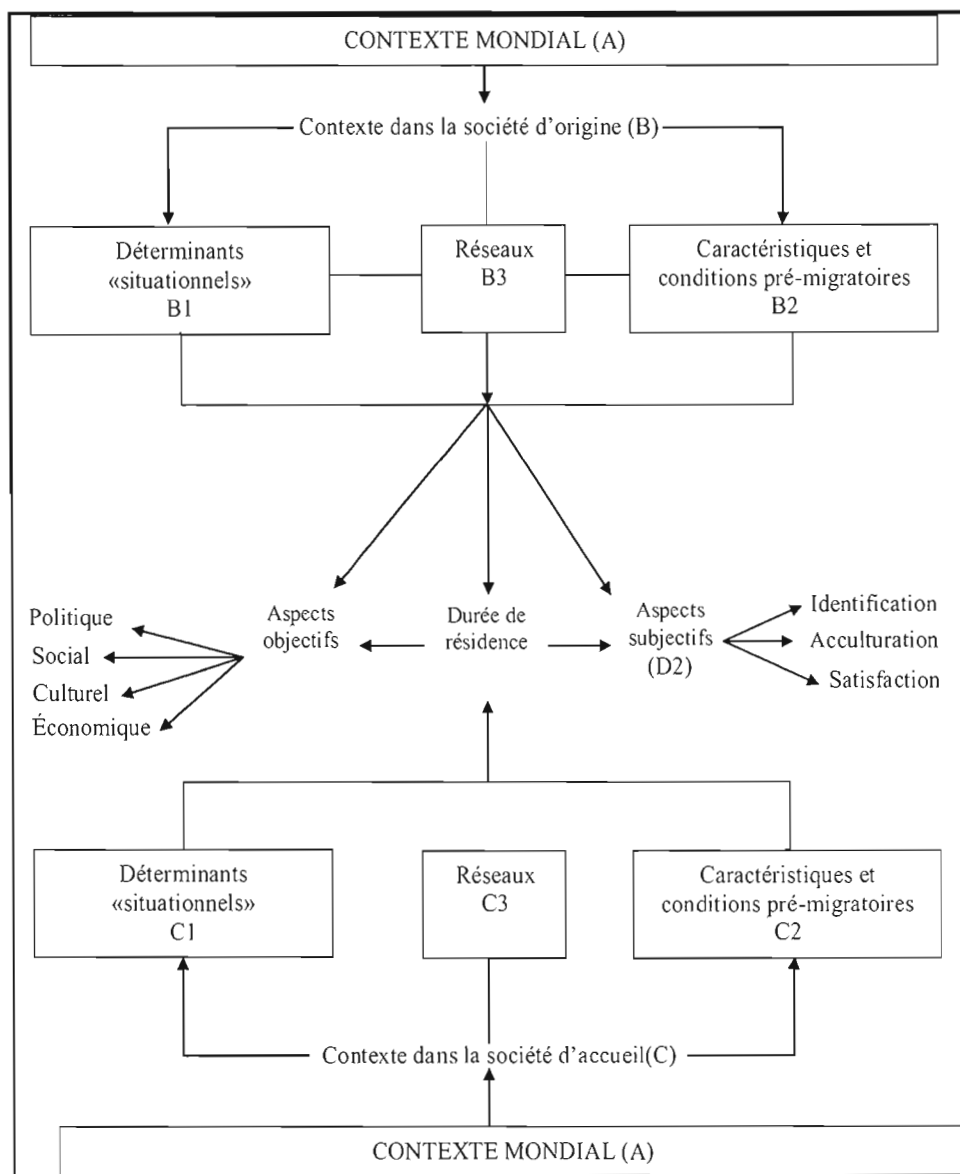


Figure 1.1 Facteurs d'intégration des immigrants au Québec. (Tirée de Piché et Bélanger, 1995, p.9).

À la lumière de cette figure, nous constatons l'identification de trois grands groupes de facteurs (A, B, C). Tout d'abord, les facteurs reliés au contexte international (facteur A) qui affectent à la fois la société d'origine et la société d'accueil. Ces facteurs se rattachent aux

relations internationales, aux rapports entre les pays du Nord et du sud, aux politiques extérieures ainsi qu'à la mondialisation. Ils déterminent aussi bien les conditions de départ que les politiques de sélection et d'intégration des pays d'accueil caractérisées sur la figure par les facteurs B (contexte dans la société d'origine) et C (contexte dans la société d'accueil).

Comme le précisent les auteurs de ce schéma, ces deux variables sont « symétriques ». Que ce soit dans la société d'origine ou dans le pays d'accueil, trois séries de facteurs sont ainsi mis de l'avant :

1. Les déterminants situationnels (niveau de développement, d'industrialisation, de scolarisation, les systèmes politiques répressifs, les politiques de l'État affectant les migrations, les guerres, les catastrophes naturelles, etc.) ou les facteurs structurels (conditions économiques et démographiques, degré de pluralisme, niveaux de discrimination, d'urbanisation, et de stratification, les politiques gouvernementales et en particulier les politiques d'immigration) ;
2. Les caractéristiques et conditions pré-migratoires référant aux individus (éducation, qualification professionnelle au départ, caractéristiques démographiques, expérience antérieure, motivations, etc.) ou post-migratoires (statut d'immigration, âge, sexe, mobilité professionnelle, classe sociale, etc.) ;
3. Les réseaux impliquant les conditions dans lesquelles s'effectue la migration en tant que telle ainsi que le processus d'intégration au sein de la société d'accueil. Dans ces deux cas, soulignons qu'il s'agit, pour l'essentiel, du rôle de la famille, des réseaux formels (Églises, associations ethniques, syndicats, associations patronales, etc.) et des réseaux informels (les « intermédiaires », les amis, etc.) comme facilitant l'émigration et l'intégration.

Enfin, le cadre conceptuel identifie deux types de variables « dépendantes » afin de mesurer le degré d'intégration qui sont les aspects « objectifs » et les aspects « subjectifs » de

l'intégration. En ce sens, les mesures objectives de l'intégration réfèrent généralement à des indicateurs de type comportemental ou de « performance » (type de participation à la vie politique et sociale, le type de consommation des médias, les activités économiques tels que l'emploi, le chômage, le revenu, etc.). Les aspects subjectifs, quant à eux, relèvent davantage de la perception et des attitudes face à l'identité ethnique ou linguistique, ou encore quant à la satisfaction face aux conditions de vie post-migratoires. Par ailleurs, nous constatons sur la figure 1.1 que la caractéristique relative à la « durée de résidence » est isolée. Comme l'expriment Pichet et Bélanger, « la plupart des modèles accordent à cette variable un rôle déterminant dans le processus d'intégration de sorte qu'on ne peut pas la mettre sur un même pied que les autres caractéristiques individuelles ».

Jusque-là, nous avons soulevé les limites théoriques de l'approche assimilationniste, tout en mettant en lumière l'apport qualitatif des études qui s'interrogent désormais sur les questions de l'intégration des immigrants au Québec. Dans la prochaine section, nous nous pencherons plus précisément sur les limites d'une intégration réussie telle que définie au Québec.

1.6 Caractéristiques d'une intégration réussie

Selon la politique officielle d'immigration au Québec, l'adoption de la langue française constitue « la » norme de réussite. En ce qui a trait à l'intégration économique et scolaire, le modèle de l'intégration réussie est fixé en comparaison soit avec la moyenne provinciale ou avec la moyenne des populations natives. Ces deux facteurs d'intégration - économique et scolaire - sont donc ceux qui facilitent ou entravent les performances dans ces domaines. Pourtant, quels sont les critères de réussite et à qui s'appliquent-ils? Aux groupes d'immigrants ou à la société d'accueil? Par exemple, s'agissant de l'intégration économique, nous pouvons penser que le but de bien performer sur le marché du travail est valable autant pour les membres de la société d'accueil que pour l'immigrant. Néanmoins, les moyens d'atteindre cet objectif de réussite économique peuvent prêter à confusion. Comme le

précisent Piché et Bélanger, c'est le cas notamment du phénomène de l'enclave ethnique⁵⁴ qui, selon certains, permet à de nombreux groupes immigrants d'avoir accès rapidement à un emploi ou à une formation sur le tas. Pour d'autres, ce phénomène peut indiquer le repli sur soi-même et donc un certain refus d'intégration dans l'économie dominante qui, elle, serait, au moins en principe, non-ethnique.

Il en va de même pour l'intégration linguistique. En effet, la connaissance des langues du pays d'accueil est généralement considérée comme un atout important d'intégration. Cependant, les débats apparaissent dès lors qu'il s'agit de distinguer les transferts linguistiques vers le français ou l'anglais et dans le choix de la langue de l'école.

Pour les francophones du Québec, le transfert vers la langue française est considéré comme un critère d'intégration et l'imposition de l'école francophone apparaît comme allant de soi. Pour les immigrants, ce critère « positif » peut être perçu comme une limite importante dans un contexte nord-américain (voire dans un monde) où domine la langue anglaise. L'évaluation de l'intégration linguistique réussie révélerait donc davantage de critères politiques que scientifiques (Piché et Bélanger, 1995 :13).

À ces modalités d'intégration s'ajoute celle de l'intégration résidentielle qui pose davantage de difficultés que les deux autres précédemment énoncées. En ce sens, la concentration ethnique peut être perçue comme positive dans la mesure où elle relate les solidarités, et la mise en commun des ressources communautaires facilitant l'accès au logement, ou négative dans le sens où la société d'accueil perçoit ces regroupements ethniques comme des barrières à l'interaction entre les populations immigrantes et natives. De plus, selon Piché et Bélanger (1995), on constate que lorsque l'on applique les indices de concentration résidentielle aux « Québécois de souche », ceux-ci sont souvent aussi élevés que pour les groupes immigrants. Et pourtant, comme le soulignent à juste titre les auteurs, personne n'oserait prétendre que les natifs ne sont pas intégrés au sein même de leur propre société. Si, d'une part, la politique officielle d'immigration au Québec encourage le pluralisme ainsi que l'intégration par la langue, de l'autre, nous pouvons voir que les critères d'évaluation d'une

⁵⁴ Les enclaves représentent des secteurs urbains à forte concentration ethnique, où les communautés ethniques sont majoritaires, c'est-à-dire qu'elles représentent plus de la moitié de la population totale du secteur (Apparicio et Séguin, 2008).

intégration dite « réussie » sont donc plus ouverts à des controverses que ce que l'on a pu entrevoir au départ. Dans les prochaines sections, nous examinerons rapidement les facteurs d'intégration pouvant aider à mieux situer les enjeux d'une intégration réussie au Québec.

1.6.1 Facteurs liés aux caractéristiques des immigrants

La définition de critères « objectifs » pour l'évaluation d'un phénomène si complexe que l'intégration sociale des immigrants se veut une tâche ardue. Pourtant, un certain nombre d'auteurs se sont penchés sur les facteurs pouvant élucider les conditions d'intégration ainsi que les barrières opérant sur le quotidien des immigrants au Québec. Certaines caractéristiques ressortent donc comme pouvant jouer un rôle important dans le processus d'intégration. Il s'agit des facteurs liés à la langue, l'âge, la scolarité, l'emploi ainsi que les attributs culturels, le sexe, la catégorie d'admission, et enfin la durée de résidence.

a) Facteur « langue »

De nombreux chercheurs s'accordent sur le fait que la connaissance d'une des deux langues officielles (le français et l'anglais) facilite l'intégration des immigrants. Il s'agirait de l'un des facteurs les plus déterminants étant donné le rôle fondamental que joue la communication dans l'instauration de contacts avec la société d'accueil lors de la recherche d'emploi ou de logement, et d'enseignement. Selon Manègre (1993), la méconnaissance ou la maîtrise insuffisante du français figure parmi les principaux facteurs de difficulté d'intégration des nouveaux immigrants. Ainsi, « que ce soit à la maison, au travail, avec les amis, dans la consommation des médias ou le choix du quartier, la question fondamentale reste toujours la même, à savoir « laquelle des deux langues domine » et quels sont les facteurs qui facilitent ou entravent l'adoption de l'une ou l'autre langue » (Piché et Bélanger, 1995 : 11).

De plus, la connaissance d'une des deux langues officielles joue un rôle important dans l'intégration socio-économique des immigrants, particulièrement sur le marché de l'emploi. En somme, la connaissance d'au moins une des deux langues officielles est nécessaire pour accéder à des emplois plus stables et à des conditions de vie plus avantageuses (Lamotte, 1985).

La connaissance linguistique se veut également décisive dans l'intégration résidentielle. Veltman, Paillasse et Leblanc (1986) ont pu constater lors d'une étude de l'évolution de la localisation résidentielle de vingt-six groupes ethniques et immigrants, en 1971 et 1981 à Montréal, que la dimension linguistique prévaut sur celle de la couleur de la peau qui prévaut. Ainsi, contrairement à ce qui se passe ailleurs en Amérique du Nord, le facteur racial ne semble pas lié à l'évolution des quartiers ethniques. La localisation en milieu anglophone ou francophone serait plutôt influencée par l'origine latine ou le contact préalable avec la francophonie. En réalité, comme le soulignent Apparicio et Séguin (2008) la réalité de l'immigration à Montréal ne se pose pas en termes de ghettoïsation. Une très forte majorité des immigrants et des membres des minorités visibles partagent leur espace résidentiel avec des natifs et avec des populations qui n'appartiennent pas aux minorités visibles. Selon ces deux chercheurs, il y a lieu d'observer quelques enclaves ethniques, mais elles font nettement figures d'exception.

Ceci dit, nous retiendrons donc que la connaissance d'une des langues officielles facilite le processus d'intégration. Pourtant, nous verrons plus tard que parler français au Québec n'est pas un facteur décisif à l'obtention d'un emploi comme en témoigne le taux de chômage chez les Maghrébins, majoritairement francophones.

b) Facteur « âge »

L'âge apparaît souvent comme un facteur important dans le processus d'intégration. Plus on est jeune au moment de l'expérience migratoire, plus il semble facile de s'intégrer à la société, en particulier sur le plan culturel et linguistique. Concernant ce dernier, les jeunes ont davantage de facilité à l'adoption de l'une des deux langues officielles. Les immigrants arrivés au Québec avant l'âge adulte acquerraient ainsi une meilleure maîtrise du français et de l'anglais que leurs aînés.

Au Québec, plusieurs études ont été menées sur cette question. Ainsi, selon Monnier (1993), les jeunes de moins de 17 ans, venus au Québec avant 1976, sont plus nombreux à maîtriser

l'anglais que le français en raison de leur accès au réseau d'écoles anglophones, de leur désir de promotion socioprofessionnelle, et de la proximité de la culture anglo-américaine à Montréal. Inversement, les jeunes arrivés entre 1976 et 1991 sont plus nombreux à maîtriser le français que l'anglais. Selon l'auteur, il s'agit là du résultat de la scolarisation obligatoire en français après 1976. De plus, cette recherche précise que les immigrants arrivés avant l'âge de 17 ans, durant la période 1976-1991, consomment fortement les médias anglophones. Pour Piché et Bélanger (1995), ce comportement n'est pas spécifique aux immigrants et témoigne plutôt de la prédominance des médias anglophones auprès des jeunes en général qui sont le plus souvent attirés par la culture anglo-américaine. De ce fait, nous avons pu constater, lors de nos entrevues, l'engouement des plus jeunes pour les programmes américains.

De plus, des études ont pu constater que même si le sentiment d'appartenance ethnique est en général très répandu, il décroît néanmoins d'une génération à l'autre, et ce quel que soit le groupe ethnique (Deschamps, 1990). Une étude menée par Veltman et Panneton (1989) auprès des jeunes d'origine arabe, chinoise, portugaise et arménienne, a pu souligner le fait que les jeunes de moins de quinze ans adoptent davantage une des deux langues d'accueil comme langue d'amitié⁵⁵ que leurs aînés qui ont tendance à conserver leur langue maternelle. Ce revirement en matière linguistique semble s'effectuer dans le groupe d'âge des 15-19 ans et s'expliquerait par l'importance des contacts des plus jeunes avec la culture environnante à l'école ou durant les loisirs. De plus, selon ces chercheurs, par le biais de l'enseignement, les plus jeunes introduisent le bilinguisme auprès de leur entourage, soit les membres de la famille ou encore les compatriotes.

⁵⁵ La langue d'amitié réfère vraisemblablement non pas à la langue d'usage au foyer, mais plutôt à la langue utilisée pour communiquer avec les gens en dehors du foyer familial.

c) Facteur « économique »

Les contacts dans le milieu de travail, les secteurs ainsi que les types d'emploi représentent des facteurs qui déterminent des modalités d'intégration. Les caractéristiques économiques constituent des facteurs importants d'intégration. L'obtention d'un emploi représente la condition *sine qua non* à l'insertion au sein du pays d'accueil. L'activité des immigrants leur permet ainsi de prendre place dans le milieu, de se sentir utile à leur entourage et à la société. À travers notre recherche sur le terrain, nous avons pu confirmer ce constat. La majorité de nos répondants a mis de l'avant le fait que l'intégration passe surtout et avant tout par l'obtention d'un emploi en lien avec leurs qualifications. Nous insistons sur ce point car, pour ces néo-Québécois, il ne s'agit pas d'obtenir n'importe quel emploi mais un emploi valorisant, et qui ne les entraînerait pas vers une déqualification professionnelle.

d) Facteur « sexe »

De nombreux travaux ont montré qu'à capital humain égal, les femmes demeurent désavantagées sur le marché de travail. Ainsi, leur taux de participation est plus faible, et leur représentation est supérieure dans certains secteurs où les revenus sont moindres. Quand il s'agit d'intégration, on constate donc qu'elle ne se réalise pas de la même manière pour les femmes et les hommes. Comme le précisent Piché et Bélanger (1995 : 26), il y a « malheureusement, trop peu d'études [qui] comparent les femmes immigrantes et les femmes natives ». Et d'ajouter que les différences seraient plus conséquentes pour certains groupes d'immigrants, en particulier ceux qui appartiennent aux minorités visibles.

e) Facteur « catégorie d'admission »

Les individus qui immigreront au Canada se classent en diverses catégories d'admission, soit la catégorie des indépendants, la catégorie de la famille, et la catégorie des réfugiés. Ce classement détermine les critères de sélection qui permettront ou non à un individu d'immigrer⁵⁶. Eu égard aux critères de sélection qui déterminent les différentes catégories

⁵⁶ Les individus de la catégorie « indépendant » sont jugés sur leur scolarité, leurs qualifications professionnelles et leur situation financière. La catégorie « famille » fait appel au programme de

d'admission à l'immigration, on émet souvent l'hypothèse que ce facteur jouera un rôle majeur au cours du processus d'intégration. « Ainsi le potentiel d'intégration serait plus grand pour les indépendants alors que les catégories de la famille présenteraient des difficultés d'intégration plus marquées. » (Piché et Bélanger, 1995 : 27).

f) Facteur « durée de résidence »

De manière générale, les chercheurs s'accordent sur le fait que l'intégration des immigrants s'améliore avec le temps écoulé depuis leur arrivée. C'est sans doute l'un des facteurs les plus prépondérants à moyen et long termes. Comme nous l'avons vu, l'intégration est un processus qui se déroule dans le temps, et en ce sens, tous les modèles d'intégration considèrent la durée de résidence comme centrale. Plusieurs auteurs s'entendent ainsi pour dire que le prolongement de la durée de résidence sur le sol québécois améliore l'intégration socio-économique de la population immigrante. Selon Gagné (1989), le processus d'intégration socio-économique dépend du temps qui dépend lui-même de la scolarité, de la connaissance de la langue ainsi que de l'expérience des conditions socio-économiques propres aux pays industrialisés.

À ces facteurs liés aux caractéristiques des immigrants que nous venons de présenter, s'ajoutent des facteurs en lien avec l'impact du contexte mondial. Dans le cadre de notre étude portant sur la réception des médias transnationaux, il nous semble important de nous y référer. Les premiers facteurs, directement liés aux caractéristiques de l'immigrant, nous permettront de définir de quelle façon, ils jouent un rôle quant à l'intégration de nos répondants. Les seconds facteurs nous aideront à souligner le rôle de la mondialisation des échanges dans le processus d'intégration et de changements identitaires de ces immigrants, pierre angulaire de notre recherche.

réunification des familles grâce auquel une personne immigrante peut faire venir certains membres de sa famille immédiate. Enfin, les gens admis sous la catégorie des réfugiés seront sélectionnés principalement à partir de critères humanitaires (conjoncture politique du pays d'origine et risques encourus par un retour au pays).

1.6.2 Facteurs liés à l' « impact du contexte mondial »

Comme le soulignent Piché et Bélanger (1995), il semble, à première vue, évident que le contexte politique et économique mondial influence les processus d'intégration. Selon eux, il faut distinguer les facteurs de « nature macro-structurelle » des facteurs « plus idéologiques ». Les premiers sont liés à la conjoncture économique, à la mondialisation des échanges, aux discussions politiques internationales relatives aux réfugiés, aux expériences conflictuelles que vivent d'autres pays en matière d'immigration (la France, par exemple). Ce sont là autant de facteurs qui peuvent avoir une incidence sur la réorientation des flux migratoires ainsi que les processus d'intégration au Québec. Les seconds facteurs - politiques et idéologiques - agissent aussi comme des pressions « externes » sur les politiques « internes » de sélection et d'intégration des immigrants. Citons, à titre d'exemples, « le rôle des idéologies mondiales ainsi que leur impact sur la conception de l'immigration dans la société » (Piché et Bélanger, 1995 : 40). Les auteurs font ainsi références à la remise en cause du multiculturalisme, ou encore, au rôle des médias quant à l'image du Québec face au traitement des groupes minoritaires, en particulier dans les projets nationalistes. En somme, par ses répercussions sur les politiques d'immigration ainsi que sur les attentes et les perceptions des groupes d'immigrants et de non-immigrants, le contexte international revêt un caractère essentiel dans le processus d'intégration.

Ce point constitue un élément déterminant pour notre recherche. En ce sens, il nous a paru opportun d'inclure dans ces facteurs de « nature macro-structurelle » la place des médias transnationaux dans le processus d'intégration des immigrants. Selon nous, le facteur « médiatique » joue un rôle non-négligeable dans le processus d'intégration. En effet, les médias représentent à la fois des sources d'information importantes pour les futurs immigrants et permettent par là même, à travers la transmission d'images, et d'informations, d'appréhender la société d'accueil. Comme le souligne Arjun Appadurai (2001), pour les candidats à l'immigration, les politiques d'intégration à leur nouvel environnement, le désir de partir ou de revenir sont tous profondément influencés par l' « imaginaire » que diffusent les médias et qui « dépasse généralement le cadre national ». Ainsi, « qu'il souhaite quitter son pays, qu'il l'ait déjà fait, qu'il souhaite y vivre à nouveau, ou qu'il décide de ne pas

rentrer, chaque individu exprime le plus souvent ses projets, en termes influencés par la radio et la télévision, les cassettes audio et vidéo, la presse et le téléphone » (Appadurai, 1996 : 32).

La possibilité d'échanger des messages avec des individus de l'autre côté de la planète et d'avoir accès aux informations internationales presque instantanément modifie ainsi la dynamique de l'immigration. Dans le processus d'intégration des immigrants, les médias de masse et les réseaux d'information représentent donc des sources d'information importantes. Ceux-ci jouent un rôle important et reconnu comme outils de renforcement et d'homogénéité d'une société ou d'une culture. Mais ces médias permettent-ils véritablement aux immigrants de se socialiser ou encore de s'intégrer à la société d'accueil? Rien n'est moins sûr selon Stoiciu (1996), car les immigrants peuvent aussi développer devant leur écran de télévision un sentiment de « déculturation ». Pour Abou Selim (1986 : 21),

Il y a déculturation lorsque le processus d'acculturation est intériorisé par le sujet-individu comme un facteur de désintégration de sa personnalité. Déchiré entre deux cultures qu'il n'arrive pas à concilier, le sujet se débat dans les profondeurs de son inconscient entre deux « sur-moi » contradictoires et vit une crise d'identité susceptible d'engendrer des troubles graves de la personnalité individuelle ou groupale.

Dans le cadre de notre recherche, nous avons tenu à vérifier ces conclusions. Selon nous, l'immigrant ne vit pas un processus de « déculturation » mais de « transculturation » ou encore de « syncretisme » où les éléments des deux cultures en présence se combinent pour donner naissance à un produit nouveau et autonome. En ce sens, nous ne pensons pas que les immigrants nord-africains soient « déchirés » entre deux cultures, et que, bien au contraire, ils ont la capacité d'intégrer les valeurs de la société d'accueil à celles de la culture d'origine. Les médias transnationaux et nationaux contribuent, selon nous, à ce processus de transculturation. Comme nous l'avons énoncé en introduction, les récepteurs ont la capacité d'être actifs et peuvent, par conséquent décoder l'information qui leur est transmise en fonction de leur bagage psycho-socio-culturel.

L'émergence de la théorie de la réception active avec l'attention donnée à la culture et aux spécificités nationales dans le processus de décodage des produits médiatiques a permis de reconnaître la *créativité* du récepteur et son rôle efficace dans le processus de consommation

des contenus culturels. Dans le cadre de notre recherche, il nous a paru pertinent de nous appuyer sur cette théorie afin de mettre en lumière le processus de décodage des médias par les immigrants ainsi que leur capacité à *réinterpréter* leur culture en fonction d'une autre culture. Il s'agit donc de percevoir l'immigrant comme un individu « actif » qui, individuellement ou en groupe, tente de se réinventer un mode de vie où ses attaches dans le pays d'accueil et celles de son pays d'origine sont prises en compte. Dans le prochain chapitre, nous nous pencherons plus précisément sur la place de la réception dans les différentes traditions des sciences humaines et sociales. L'approche de la théorie de la réception active, comme nous le verrons, servira de point d'ancrage crucial au travail empirique subséquent.

CHAPITRE II

CADRE CONCEPTUEL

LA RÉCEPTION ET SES TRADITIONS DE RECHERCHE

L'intérêt porté au récepteur puise sa source dans la Rhétorique d'Aristote, le Prince de Machiavel ou les Essais de Montaigne. Des écrivains contemporains, tel que Jean Paul Sartre en 1948, ont pensé l'activité du lecteur qu'ils ont qualifié de « cocréateur » de l'œuvre littéraire. Des sémiologues, comme Roland Barthes, Tzvetan Todorov et Umberto Eco, ont souligné eux aussi le rôle déterminant du récepteur et de son contexte dans la création de la signification du texte. L'école de Constance a su situer la naissance du sens dans l'acte de lecture⁵⁷. Enfin, Klaus Bruhn-Jensen et Karl-Erik Rosengren (1992), en étudiant l'articulation entre les mass-médias et leurs publics, ont pu souligner l'existence de « cinq traditions de recherches sur le public ». Elles se présentent comme suit : a) la recherche sur les effets ; b) les recherches sur les usages et les gratifications (*Uses and Gratifications*) ; c) l'analyse littéraire (*Literacy criticism*) ; d) l'approche culturaliste (*Cultural Studies*) ; e) les analyses de la réception.

Le cadre théorique que nous proposons pour notre étude reflète ces traditions de recherche dans leurs grandes lignes. La réception représentant la pierre angulaire de notre étude, nous présenterons dans un premier temps la recherche sur les effets (limités et illimités), puis dans un second nous traiterons du courant des « usages et gratifications ». Dans un troisième temps, nous nous attacherons à présenter l'« approche culturaliste ». Enfin, dans un dernier temps, nous articulerons notre cadre théorique autour de la « réception active ».

⁵⁷ Exemples énoncés par Ravault, René-Jean (1995 : 65).

2.1 La recherche sur les effets

L'expérience des propagandes durant la Première et la Seconde Guerre mondiale ainsi que la nécessité grandissante de mesurer les audiences ont conduit les chercheurs à s'interroger sur les « effets » des médias. En se questionnant sur « ce que font les médias à l'individu », ou encore sur la fonction des médias, les recherches sur les effets ont tenté de mettre en exergue l'impact des médias de masse au sein des sociétés contemporaines même si, comme le souligne Éric Maigret (2003 : 54),

la condamnation des effets des médias n'est pas l'apanage des sociétés contemporaines. Il est d'ailleurs possible d'en trouver une forme achevée dès l'Antiquité dans « la République » de Platon nous présentant un Socrate décidé à expulser les poètes de la Cité parce que leurs histoires sont susceptibles d'abuser les plus jeunes.

Les premiers modèles d'analyse, dits de la seringue hypodermique⁵⁸ selon laquelle les médias injectent des attitudes et des modèles de comportements à des individus « réceptifs, atomisés, passifs et particulièrement vulnérables » (Dayan, 1989) postulaient à la fois un schéma simple stimulus-réponse et des effets puissants. Comme le précisent Karl-Erik Rosengren et Klaus Bruhn Jensen (1992 : 288), « la tradition de la recherche sur les effets tend à concevoir les messages des médias comme des stimuli symboliques ayant des caractéristiques physiques mesurables » (Rosengren et Bruhn Jensen, 1992 : 288).

Au sein de cette approche des effets, nous pouvons souligner l'existence de deux courants. Le premier s'appuie sur les « effets directs » où domine l'émetteur. Le second, quant à lui, s'attache aux « effets indirects » et est caractérisé par la présence d'intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur.

⁵⁸ Comme le souligne Judith Lazar, « selon cette optique, chaque individu du processus de communication est envisagé comme un sujet « à piquer » par le message. Dès que le message a été injecté dans l'individu, il peut être efficace (ou non), cela dépend de sa dose - forte ou pas assez. Si elle n'était pas assez forte, on peut l'augmenter, c'est-à-dire « repiquer » le sujet pour produire l'effet cherché » (1996 : 117).

2.1.1 La théorie des effets directs ou illimités

À la fin du XIX^{ème} siècle, vont émerger des débats sur la nature d'une opinion politique libérée des contraintes imposées à la liberté de la presse et de réunion. Ceux-ci donneront naissance à la « psychologie des foules », formulée par le sociologue italien Scipio Sighele et le médecin français Gustave Le Bon. Ce dernier, s'attachera à décrire la manière de gouverner et de manipuler les masses, à travers son œuvre *La psychologie des foules*, publiée en 1895.

Dans le sillage des travaux de Le Bon, naîtra la théorie behavioriste postulant le fait que l'action humaine est d'abord gouvernée par des éléments extérieurs, des stimuli provenant de l'extérieur. En ce sens, la théorie d'Ivan Pavlov inaugurera, en 1902, ses théories sur le conditionnement⁵⁹, John B. Watson inaugure, dès 1914, le behaviorisme⁶⁰, et William McDougall⁶¹ soutient que « seules certaines impulsions primitives ou instincts, peuvent expliquer les actes aussi bien des hommes que des animaux » (Armand et Michèle Mattelart, 1995 : 19). Autant d'approches dont les méthodologies se sont inspirées des sciences naturelles.

En s'inspirant de ces travaux sur la psychologie des foules et en tirant les leçons de la Première Guerre mondiale, Harold H. Lasswell publiera, en 1927, *Propaganda Techniques in the World War*. Comme le soulignent Armand et Michèle Mattelart, pour Lasswell,

⁵⁹ À la fin du XIX^{ème} siècle, Ivan Pavlov réalisa une expérience sur la fonction gastrique du chien afin de mesurer et d'analyser la salive produite dans différentes conditions en réponse aux aliments. Ayant remarqué que les chiens avaient tendance à saliver avant d'entrer réellement en contact avec les aliments, il décida d'investiguer davantage en détail cette « sécrétion psychique ». Il s'avéra que ce phénomène était plus intéressant que la simple chimie de la salive. Ce qui le conduisit à modifier ses objectifs. Durant une longue série d'expériences, il varia les stimuli survenant avant la présentation des aliments. C'est ainsi qu'il découvrit les lois fondamentales de l'acquisition et la perte des « réflexes conditionnels » - c'est-à-dire, les « réponses réflexes », comme la salivation, qui ne se produisaient que de façon conditionnelle dans des conditions expérimentales spécifiques chez l'animal.

⁶⁰ Watson soutenait l'idée que l'usage de la punition et de la récompense permettait de modeler et de former le comportement des individus.

⁶¹ Mac Dougall prétendait aussi prouver l'infériorité intellectuelle des enfants d'immigrants en leur appliquant des tests mesurant le quotient intellectuel (Beaud et Noiriél, 1989 : 65).

la propagande constitue le seul moyen de susciter l'adhésion des masses. (...). Le sens commun qui prévaut dans l'après-guerre est que la déroute des armées allemandes doit énormément au travail de propagande des Alliés. L'audience est envisagée comme une cible amorphe qui obéit aveuglément au schéma stimulus-réponse. Le média est supposé agir selon le modèle de l'« aiguille hypodermique », terme forgé par Lasswell lui-même pour désigner l'effet ou l'impact direct et indifférencié sur les individus atomisés (Mattelart, 1995 :19)

Quelques années plus tard, à l'approche de la Seconde Guerre mondiale, de nombreux ouvrages vont contribuer à souligner l'idée de la toute-puissance des médias ainsi que l'importance de la propagande. En ce sens, Serge Tchakhotine écrira, en 1939, *Le viol des foules par la propagande politique* où il exprime cette toute-puissance des médias par la propagande et la manipulation. Dans cet esprit, Lasswell, intéressé par les questions relatives à la propagande et aux élections, analysera, à travers diverses études, les leaders réformateurs et révolutionnaires, la propagande politique ainsi que le contenu des médias. En 1948, il développe le paradigme de *5W* qui invite les chercheurs à décomposer le processus en cinq domaines de questionnements résumés à travers une formule célèbre « Qui ? Dit quoi ? Comment ? À qui ? Avec quels effets ? ». Ou, en d'autres termes, « Qui produit l'information ? (l'émetteur, l'annonceur), Que disent-ils ? (quels sont les messages diffusés ? quel est le contenu de l'annonce publicitaire) ? Comment (À travers quels médias ? presse, télévision radio), À qui ? (les destinataires, les consommateurs existants et potentiels du produit annoncé, entreprises de presse ou station radio-télévision), Avec quels effets ? (manipulation, influence directe, suggestion, recherche du *feedback* ou des effets de la campagne) ». Avec cette formule, Lasswell va déplorer la décomposition du processus par les spécialistes de la publicité et des communications de masse. Il va ainsi suggérer une vision plus systémique, sociologique, globale, fonctionnelle, et souligner le processus de communication. Pour le chercheur, il s'agit d'étudier trois fonctions sociales essentielles de la communication, soit : a) la surveillance de l'environnement; b) l'organisation de la société (en fonction de ce que l'on sait des objectifs de cette société et de l'état apparent de l'environnement); c) l'appui des médias à l'éducation afin d'assurer la reproduction des valeurs et des croyances pour assurer la continuité culturelle des sociétés.

Plus récemment, des théories sur les effets, telles que la « spirale du silence » d'Elisabeth Noëlle-Neuman (1974) ou celle de la « cultivation theory » ou de l'« incubation culturelle » de Gerbner (1986) « ont prédit et confirmé la présence d'effets très différents en fonction des caractéristiques sociales et/ou individuelles différentes, des membres du public » (Rosengren et Bruhn Jensen, 1992 : 288). S'intéressant à l'influence des médias sur l'opinion publique, Noëlle-Neumann décrit à travers ce modèle de la « spirale du silence » la pression exercée sur l'individu dans l'expression de ses opinions. Ce modèle s'intéresse aux raisons pour lesquelles l'individu est peu enclin à exprimer son avis en public lorsqu'il se croit en minorité. L'opinion publique est ainsi perçue comme une forme de contrôle social et l'individu s'attache à calquer ses attitudes sur celles de la majorité. Plus l'individu trouvera son opinion proche de celle de l'opinion publique dominante, plus il pourra exprimer sa propre opinion. Toutefois, comme le précisent Rosengren et Bruhn Jensen, « la spirale du silence n'est opératoire que sous certaines conditions sociétales et communicationnelles » (1992 : 288).

Ainsi, d'une façon générale, avec le temps et l'évolution de la recherche dans le domaine de la réception, on est passé globalement « d'effets spécifiques, directs et à court terme, à des effets diffus, indirects et à long terme » (Rosengren, 1988).

2.1.2 Effets indirects et limités

Durant la seconde moitié du XX^{ème} siècle naîtra un nouvel élément de la sociologie fonctionnaliste des médias traduit par la présence d'un élément intermédiaire entre l'émetteur et le récepteur. En effet, en réponse aux travaux de Lasswell, Paul Lazarsfeld et son école ont, au milieu des années 1940, introduit dans les travaux de la psychologie sociale un certain nombre de concepts fondamentaux pour l'étude des communications. Ceci à partir d'une analyse comparée de l'influence des médias de masse et des influences interpersonnelles sur les décisions des individus. En ce sens, ils soulignent que les médias ont des effets limités, indirects, et à court terme. « Ces théories sont dites théories des effets limités parce que la prescription d'un « ordre du jour » n'empêche pas les réseaux de relations interpersonnelles de jouer leur rôle de médiateur » (Mattelart, 1995 : 87). Ces recherches, d'un intérêt

considérable, « en ce qu'elles permettent de circonscrire l'effet direct des médias » (Cayrol, 1991 : 436), montrent que ces derniers n'agissent qu'au milieu des relations humaines.

C'est Paul Lazarsfeld qui a été le premier à souligner cette dimension interpersonnelle dans son œuvre *Radio and the Printed page*, paru en 1940. Il y montre que des séries d'émissions radiodiffusées consacrées aux minorités ethniques aux États-Unis avaient attiré, pour chacune des émissions, les membres spécifiques de la minorité dont l'émission traitait. « Les autres catégories du public avaient purement et simplement refusé de recevoir une information qui a priori ne les concernait pas » (Cayrol, 1991 : 432). En d'autres termes, l'action immédiate des moyens de communication sur l'individu se veut limitée. Ce sont donc les individus les moins informés et les moins intéressés qu'il sera vraisemblablement le plus difficile d'atteindre.

Avec la publication de *The People's Choice* en 1944, Lazarsfeld, Bernard Berelson et Hazel Gaudet ont, durant la campagne présidentielle de 1940, tenté de mesurer l'influence des médias auprès de 600 électeurs d'une ville de l'Ohio, Erie County. Dans cette étude pilote, ces chercheurs constatent que les intentions de vote en faveur de tel ou tel candidat ont été orientées, en particulier parmi les électeurs qui s'étaient décidés tardivement, davantage par l'influence des contacts personnels qu'ils avaient eus que par celle des masses médias qu'ils consomment.

Ils en ont conclu que les médias exercent un effet minimal sur le public, et ont déclaré l'inadéquation du modèle SR [stimulus-réponse], car il est incapable de saisir la réalité sociale de l'audience de masse ou le processus de l'information politique dans la formation de l'opinion (Lazar, 1995 : 117).

Les auteurs posaient donc l'hypothèse que le message des médias touche d'abord les personnes les plus intéressées, les plus attentives, les plus concernées, et est ensuite retransmis par des « leaders d'opinion » aux autres, à ceux qui sont moins directement intéressés. Ce fut l'hypothèse du *two step flow of communication* ou « double étage de la communication ».

C'est à partir de cette hypothèse que, plus tard, en 1955, Elihu Katz et Paul Lazarsfeld exploiteront des enquêtes qu'ils avaient menées auparavant à la fin de la Seconde Guerre mondiale. Ils y analysent le comportement des consommateurs en matière de modes et de loisirs et donnent naissance au livre *Personal Influence : The Part Played by People in the Flow of Mass communication* (1955). Ils y décrivent les résultats et les conclusions tirés d'une enquête menée sur huit cents ménagères d'une petite cité du Middle West américain, Decatur, et établissent ainsi l'hypothèse du *two step flow of communication*, communication à deux niveaux, puis à plusieurs niveaux. Ils vont donc remettre en question la vision d'une société composée d'individus atomisés d'un côté, et des médias de l'autre. Ils soutiennent au contraire, que l'influence des médias s'opère par un système complexe d'influences et de filtrages. Les groupes de référence (syndicats, entourage familial et amical, milieu de travail, associations, etc.) dans lesquels sont insérés les individus, et l'existence de leaders d'opinion au sein de ces groupes, ont donc une importance décisive.

Ainsi, la première diffusion du message s'effectue de manière verticale, en direction des leaders d'opinion et se poursuit à l'intérieur du groupe, de manière horizontale, par l'intermédiaire de ces mêmes leaders. Ce processus horizontal s'opère par le biais de discussions, réinterprétation, prise de position, et rejets. Katz et Lazarsfeld mettent ainsi en évidence un niveau de médiation supplémentaire. Les médias touchent directement les individus mais lorsque ces derniers rencontrent des difficultés pour s'approprier ou interpréter le message, ils se tournent vers leurs groupes d'appartenance. Les messages délivrés par les médias sont donc soumis à la pression des « groupements » quels qu'ils soient et reflètent en grande partie les opinions et idéologies préétablies de ces derniers. Ainsi, les messages médiatiques touchent avant tout les leaders d'opinion qui occupent une place stratégique, incarnent les valeurs du groupe et sont davantage exposés aux messages des médias. Puis, à travers eux, ils atteignent d'autres publics et assurent une influence indirecte des médias. Ce modèle de diffusion à deux niveaux traduit la communication comme un processus d'influence. Par conséquent, les médias de masse ainsi que les supports de communication exercent une influence sur les opinions des individus et des groupes.

Si le modèle de Katz et Lazarsfeld a eu le mérite d'introduire dans l'étude de la réception des messages médiatiques la structure des interactions sociales, on lui reconnaît, néanmoins, certaines limites. Comme le précise Heinderyckx (1999), ce modèle n'envisage la communication médiatique que sous l'angle de la persuasion, et favorise une vision élitiste de la consommation médiatique et du développement des attitudes et des opinions. De plus, en dichotomisant les publics en actifs et passifs, ce modèle se veut simplificateur. Enfin, il fait l'impasse sur l'influence directe que peuvent avoir les médias sur les récepteurs identifiés comme étant passifs.

Pourtant, malgré ces limites, comme le précise Cayrol (1991 : 436), ces recherches ont eu l'immense mérite de se questionner sur « les combinaisons d'influence et sur l'importance comparée des différents types de pression qui s'exercent sur les individus ». Cette approche souligne, par là même, l'importance des facteurs socioculturels et de la proximité des individus dans le processus de la réception qui déboucha sur celle des « usages et gratifications ».

2.2 De la problématique des « effets » à celle des « usages »

Dans le cadre du programme de recherche sur la communication de masse introduit par Paul F. Lazarsfeld en 1940, Herta Herzog (1942, 1944) « entreprit de dévoiler quelles gratifications les auditeurs de radios pouvaient tirer des feuillets, des émissions de jeux, etc. » (Rosengren et Bruhn Jensen, 1992 : 284). En s'éloignant des théories des effets directs et en dépassant les théories des effets indirects ou limités - notamment la théorie diffusionniste et les études d' « agenda setting » de Mc Combs et Shaw, selon lesquelles les médias disent aux individus « ce à quoi ils doivent penser » - la sociologie fonctionnaliste a ainsi permis, dans le courant des années 1970, l'émergence d'études de type ethnographique portant sur les audiences ainsi que sur la réception. En ce sens, Herta Herzog, Patricia Kendall, Katherine Wolf, et Marjorie Fiske, ont entrepris sous l'impulsion des premières publications dirigées par Lazarsfeld, tournées vers les capacités des publics à sélectionner l'information, des travaux dans le courant des usages et gratifications ou *use and gratifications*. De nombreux auteurs tels que Wilbur Schramm, Elihu Katz, Jay Blumler,

Denis Mc Quail, et Karl Eric Rosengren ont ainsi inversé le regard habituellement porté sur la communication de masse et étudié non plus « ce que les médias font aux individus » mais « ce que les individus font avec les medias ». Comme le précise Maigret, en étudiant l'usage des médias ainsi que les satisfactions psychologiques qu'ils procurent,

cette recherche tente de relier attentes, consommations, plaisirs et effets de ces plaisirs sur les personnes au moyen d'indicateurs quantitatifs et qualitatifs, en approfondissant l'étude des multiples dimensions de l'attention, de la compréhension, de l'acceptation et de la rétention, dans une vision qui accorde aux publics réflexivité et choix adaptatif : les médias ne sont pas des divinités autoritaires aux ordres desquels il faudrait se conformer mais des espaces qui s'ouvrent aux publics (2003 : 81).

En se questionnant sur ce « que l'individu fait des médias », cette approche s'intéresse essentiellement aux besoins individuels et sociaux pouvant être comblés par les programmes reçus en dehors de tout intérêt particulier pour les contenus.

La problématique des « usages et gratifications » supposait en effet que les messages médiatiques devaient être considérés comme des « boîtes noires » (Proulx et Maillet, 1998 :124). Ces auteurs expliquent ainsi que l'on se préoccupait de l' « amont » (les contraintes des conditions industrielles et/ou des politiques gouvernementales agissant sur la production de l'offre de programmation) et de l' « aval » (les besoins individuels et sociaux comblés par les usages, les gratifications obtenues à travers la consommation des messages). Ce processus souligne le fait que chaque récepteur peut ainsi déceler, dans l'usage du média qu'il sélectionne, les satisfactions psychologiques recherchées « consciemment ou inconsciemment » afin de combler ses besoins les plus profonds : besoin de s'évader, de se réassurer dans ses convictions ou de s'informer pour satisfaire un désir de mobilité sociale.

Durant les années 1980, ce courant va,

approfondir sa propre notion de lecture négociée : le sens et les effets naissent de l'interaction des textes et des rôles assumés par les audiences. Les décodages sont liés à l'implication de celle-ci ; cette implication dépend elle-même de la manière dont les différentes cultures construisent le rôle du récepteur (Matellart, 1995 : 87).

En ce sens, Elihu Katz et Tamar Liebes (1991) ont notamment montré à travers une série d'enquêtes comment le feuilleton américain *Dallas* était perçu et interprété différemment aux États-Unis, et en Israël au sein de diverses communautés - arabe, juive russe, juive marocaine, membres d'un kibboutz, et Israéliens de seconde génération. La relation aux médias est donc aussi fonction du bagage psycho-socio-culturel du récepteur. En prenant en compte cet aspect, les médias vont prendre conscience de l'importance des attentes du public et s'interroger sur le contexte culturel dans lequel se déroule le processus de communication entre l'émetteur et le récepteur. La culture revêt donc un caractère non négligeable dans la création du sens du message et constitue un élément essentiel des travaux des chercheurs du *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS).

2.3 L'approche culturaliste : les Cultural Studies

Nées en 1964, à l'université de Birmingham en Angleterre, avec la création du *Center for Contemporary Cultural Studies* (CCCS), les études culturelles s'interrogent notamment sur les « formes, les pratiques et les institutions culturelles et leurs apports avec la société et le changement social » (Mattelart, 1995 :59). Premier à diriger ce centre, Richard Hoggart en articulera les travaux durant les années 1970 autour de l'approche culturaliste qui s'intéressera principalement à la question du public. Cette approche va donc associer « un regard critique, attentif aux formes de domination culturelle, à une visée compréhensive des usages de la culture médiatique, au sein d'une nouvelle solution théorique au problème du lien entre pouvoir et culture » (Maigret, 2003 :143). Les Cultural Studies soulignent ainsi la capacité critique des consommateurs, et remettent en cause le rôle central de la classe sociale en tant que facteur explicatif isolé, pour incorporer d'autres variables comme celles de l'âge, du genre, et des identités ethniques (Mattelart et Neveu, 2003). Ce courant amène donc une question déterminante en ce qui a trait à l'étude de la réception : « Dans quel contexte culturel se réalise cet échange entre les médias et les récepteurs ? »

2.3.1 Réception et condition sociale

« Faisant fi des frontières disciplinaires et des continents » (Maigret, 2003 : 147), Richard Hoggart, sera à l'origine des recherches portant sur la relation des médias et de la culture. Issu de la classe ouvrière anglaise, Hoggart va connaître l'ascension sociale sans jamais pour autant se détacher de son milieu d'origine, milieu fréquemment perçu comme soumis aux médias de masse et incapable de donner naissance à une culture véridique. Ainsi, il constate la place de la presse populaire, chargée d'histoires sensationnalistes et largement lues et reçues avec distance.

En 1957, Hoggart écrira *The Use of literacy : Aspects of Working-Class Life with Special References to Publications and Entertainments*⁶² où il tente de décrire les bouleversements qui ont affecté le mode de vie ainsi que les politiques des classes ouvrières. *La culture du pauvre* (1970) qui peut représenter une excellente introduction aux usages populaires de la télévision, « contient des accents dénonciateurs à l'égard des nouveaux médias de masse, accusés de détruire la culture ouvrière traditionnelle, entretenue au contraire par les anciens médias de masse (presse papier) » (Maigret, 2003 : 153).

L'auteur y réfute les théories de l'« homogénéisation culturelle » de la société de consommation ainsi que les conceptions d'« atomisation » ou de « massification » attribuées à la presse, la radio et la télévision. Il accentue sa pensée autour d'une forme de réception ancrée au sein de la société et qui tient compte des conditions sociales où elle s'accomplit. Selon lui, le public appartenant à la classe populaire n'est pas dupe de la manipulation de la culture de masse. Il précise que les effets des médias dépendent de la place des récepteurs dans la division sociale du travail et dans la culture. Pour Hoggart, les médias véhiculent une idéologie dominante mais la réception qui est en faite dans les classes dominées n'est pas « naïve » mais « distanciée » et « critique ». Par exemple, le goût populaire pour les émissions de distraction ne signifie pas que des gens confondent leurs contenus avec leur propre vie. Et de préciser :

⁶² Traduit en français par *La culture du pauvre : Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*, en 1970, par Jean-Claude de Garcia et Jean-Claude Passeron. Paris: Éditions de Minuit.

Les gens du peuple ne mènent pas une vie aussi pauvre qu'une lecture, même approfondie, de leur littérature le donnerait à penser. Il n'est pas aisé de démontrer rigoureusement une telle affirmation, mais un contact continu avec la vie des classes populaires suffit à en faire prendre conscience. Même si les formes modernes du loisir encouragent parmi les gens du peuple des attitudes que l'on est en droit de juger néfastes, il est certain que des pans entiers de la vie quotidienne restent à l'abri de ces changements (cité par Neveu et Mattelart, 2003 : 22).

Accaparé par la mise en place de la télévision publique britannique et par sa participation aux travaux de l'Unesco, Hoggart laissera, dans les années 1970, la direction du CCCS à Stuart Hall.

2.3.2 Codage et décodage

Jamaïcain de naissance fortement marqué par sa propre expérience de déracinement, et confronté aux difficultés liées à sa couleur de peau, Stuart Hall se présente comme « le sucre sur la tasse de thé anglaise » (Maigret, 2003 : 149). Dans son article *Encoding and Decoding in the Television Message*, rédigé en 1973, Hall va poser la pratique médiatique comme une construction sociale complexe de sens et proposer d'analyser la manière dont les téléspectateurs utilisent leur propre définition de la situation dans laquelle ils vivent pour interpréter et décoder les messages télévisuels selon trois grands modes, à savoir le code, l'acte de codage et de décodage.

Hall y développe un cadre théorique qui souligne que le fonctionnement d'un média ne peut être limité à une transmission mécanique (émission/réception) mais suppose une mise en forme du matériau discursif (discours, images, récit) ou pèsent données techniques, contraintes de production et modèles cognitifs. Ce cadre analytique peut sembler aujourd'hui banal. Il impliquait pourtant alors de prendre en compte toutes les situations de décalage, de quiproquos entre les codes culturels, les grammaires médiatiques présidant à la production du message d'une part et les références culturelles des récepteurs d'autre part. (...) La notion de décodage invite à prendre au sérieux le fait que les récepteurs ont des statuts sociaux, des cultures et que voir ou entendre un même programme n'impliquait pas d'en tirer un sens ou un souvenir similaires (Mattelart et Neveu, 2003 : 35).

Selon Hall, il faut explorer la critique de la communication de masse à partir du point de vue du récepteur. Si, jusque-là, les recherches critiques s'intéressaient essentiellement aux

conditions de production des programmes ainsi qu'à l'analyse des contenus idéologiques des messages, Hall tente de mettre en place de nouvelles recherches sur la réception permettant la mise à jour de mécanismes par lesquels l'idéologie dominante se reproduit dans le processus même de la réception. Hall postule que le processus culturel interfère avec les nombreuses compétences culturelles et les rituels quotidiens dans les diverses situations que vit l'individu. L'intérêt de Hall est ainsi centré autour de la culture vécue avec toutes ses dimensions matérielles, historiques et socioculturelles. L'étude du processus culturel s'effectue donc, selon Hall, d'après des approches qui insistent sur la domination des moyens communicationnels sur les récepteurs. Il s'agit donc d'étudier le processus culturel à la lumière d'approches qui s'intéressent au récepteur ainsi qu'aux conditions culturelles dans lesquelles s'accomplit le processus de la réception. Hall va donc diriger son attention vers le processus de la réception et proposer de définir le message médiatique comme un texte et, par là même, d'étudier les stratégies de décodage des messages médiatiques durant la réception. Ceci afin de les comparer avec les significations que souhaitaient transmettre les producteurs de ces messages au moment de l'encodage. En s'opposant aux « approches victimisantes », Stuart Hall (1973) va ainsi appréhender le processus de communication télévisuel selon quatre moments distincts et interreliés par des mécanismes sous-jacents énoncés comme suit: a) Production ; b) Circulation ; d) Distribution / Consommation ; e) Reproduction.

Ces quatre étapes s'intéressent à la manière dont les contenus des médias sont absorbés, rapportés, et interprétés par les récepteurs. Elles soulignent ainsi l'effet du message, tel qu'il est reçu, en fonction des ressources culturelles du récepteur, et non pas tel qu'il est diffusé. L'influence des médias est donc principalement orientée par la réaction du récepteur qui est, elle-même, conditionnée par la culture de son groupe social ou de sa communauté d'appartenance. Hall va élargir son champ d'interrogation et se pencher plus précisément sur les types de décodage existants et leurs liens avec le pouvoir. Il va ainsi mettre en perspective trois types de décodages qui se traduisent comme suit : a) dominant ou hégémonique ; b) négocié ; c) oppositionnel.

a. Le mode dominant ou hégémonique

Le récepteur décode le message en fonction des mêmes termes de références que ceux qui ont été utilisés pour le produire et le diffuser. Cette situation est vérifiée lorsqu'un téléspectateur intègre, directement et sans restrictions le sens connoté d'informations télévisées ou d'une émission d'actualités, par exemple, et décode le message en fonction du code de référence qui a servi à le coder.

b. Le mode négocié

Le destinataire estime que le message est conçu dans un code « négociable » et, dans ce cas, il se crée une alliance d'adaptation et d'opposition. Le récepteur accepte la définition de la réalité véhiculée par le message mais l'adapte localement, en restreint la portée, ou s'y oppose de façon partielle. Hall donne l'exemple d'un ouvrier qui accepte des arguments diffusés dans les bulletins d'information en faveur d'un gel des salaires, au nom de l'intérêt national, mais décide de se mettre en grève pour défendre ses propres intérêts.

c. Le mode oppositionnel

Le destinataire s'approprie le message mais en interprète la signification en fonction d'un code totalement différent. Pour reprendre l'exemple précédent sur le gel des salaires, le téléspectateur remplace « intérêt national » par « intérêt de classe » dans le discours médiatique ». À travers ce mode, Hall a contribué à la formulation de la théorie de la réception active des contenus médiatiques.

Ces trois types de décodage exposés par Hall montrent bien que le modèle culturel fondé sur les approches victimisantes ne sert plus à l'étude du processus de la communication. En transposant le modèle de Hall sur le plan des communications internationales, René-Jean Ravault (1985 : 262) précisera que le premier cas, relatif au mode hégémonique, est rare. Il s'agit, par exemple, du cas des Suisses romands dans leur relation à la France ou de celui des Canadiens anglais à l'égard des États-Unis. Le deuxième cas - ou mode négocié - est fréquent. Il s'agit du cas de l'Allemagne (de l'Ouest) ou du Japon qui importent massivement des produits culturels américains mais qui, en partie, les appliquent à eux-mêmes et exploitent les produits médiatiques contre l'intérêt de l'émetteur. En s'appropriant la culture

et la langue américaines, ils peuvent négocier avec les Américains et exportent leurs produits vers les États-Unis. Et ce, contrairement aux Américains, isolationnistes, qui ne connaissent ni la langue ni les cultures étrangères, et qui, par conséquent, ne peuvent négocier d'égal à égal avec les étrangers et, par là même, exporter d'autres produits que les produits audiovisuels⁶³. Le troisième cas est encore plus « brutal ». Certains pays sous-développés reçoivent un flux de cultures étrangères, en particulier américaines, mais leurs groupes culturels dirigeants retournent le message de façon « empoisonnée ». Ravault cite ainsi l'étude de Mowlana, *Technology versus Tradition : Communication Internationale Iranian Revolution* (1979), qui illustre fort bien l'importance de comprendre le rôle joué par le récepteur dans le processus de la communication internationale. En effet, Mowlana a montré, à propos de l'Iran, comment les révolutionnaires comptaient sur les réseaux traditionnels tels que les bazars ou les mosquées où était interprétée l'image de l'impérialisme ou encore de la sexualité révoltante. En ce sens, au temps du Shah, Khomeiny aurait utilisé les informations et images véhiculées par les médias occidentaux pour montrer leur décadence et celle du gouvernement en place. Les images étrangères ont ainsi fourni des armes aux révolutionnaires et auraient été employées pour discréditer le Shah et attiser l'insatisfaction du peuple iranien. Ravault (1986) explique cette situation par la puissance des réseaux de coersédution où le message de l'émetteur est pris en main puis inversé. Par conséquent, un second message est créé et va prendre, en quelques sortes, la forme d'un « levier de combat ». Les médias étrangers, identifiés comme ennemis ou adverses, ont donc un poids face aux réseaux de socialisation autochtones mais risquent d'engendrer un effet pervers, *boomerang* ou contre-communicatif, s'ils sont appréhendés par des destinataires qui disposent d'un code démystificateur.

Si Ravault a transposé le modèle l'encodage-décodage de Hall sur le plan des communications internationales, il est à noter que dans le sillage des Cultural Studies, des chercheurs vont s'appuyer sur ce même modèle pour mettre en place, au début des années 1980, des méthodes d'observation et de compréhension des publics par le biais de techniques

⁶³ Comme le souligne Ravault, ceci expliquerait en partie le déficit de la balance commerciale américaine avec certains pays développés.

ethnographiques. C'est en ce sens que Morley s'intéressera plus particulièrement à la problématique de la réception des médias au sein de l'univers domestique.

2.3.3 Réception au sein de l'univers domestique

Nés dans un contexte d'introduction croissante des technologies au sein du foyer, les travaux de Morley sont centrés pour l'essentiel autour des structures de la consommation médiatique dans l'espace domestique: la famille, le rôle fondamental des médias dans l'articulation des sphères publiques et privées et dans l'organisation sociale de l'espace et du temps ainsi que la construction sociale des communautés. Il étudia ainsi le processus de décodage qui prend place dans le contexte domestique, en s'intéressant aux structures de communication familiale dans laquelle s'inscrit de façon quotidienne la consommation de la télévision. Le dessein de Morley fût de tenter de comprendre comment les groupes d'auditoires utilisent concrètement et de manière active la télévision en tant qu'élément intégré à leur culture. En d'autres termes, il s'est attaché à comprendre comment ils interprètent les contenus télévisuels en fonction de ce qu'ils sont, de leur expérience sociale et comment ils participent à la création sociale du sens des produits médiatiques par les lectures qu'ils en font. Il se pencha ensuite sur le rapport entre « structure de classe » et « processus de décodage » pour aborder, enfin, le rôle exercé par les différences entre les hommes et les femmes dans le contexte familial.

De concert avec Brunsdon (1978), Morley a pu observer à travers l'étude de la réception de « Nationwide », magazine télévisé d'information⁶⁴, les interactions entre les différents membres de la famille autour de la télévision au sein de l'univers domestique. Par le biais de cette étude, Morley sera le premier chercheur à tester empiriquement le modèle théorique de Stuart Hall. Deux ans plus tard, le chercheur fera paraître *The Nationwide audience*. En introduisant la technique des *focus groups*, il observera vingt-neuf groupes issus de milieux extrêmement divers ainsi que les réactions à la diffusion d'épisodes de l'émission « Nationwide ». Comme le précisent Mattelart et Neveu (2003 : 53),

⁶⁴ Diffusé sur les ondes de la chaîne britannique BBC, durant les soirs de semaine.

La recherche sur « Nationwide » incarne une double percée scientifique. Elle aboutit aussi à en manifester les insuffisances et les lacunes : le modèle de Hall mêle des questions de compréhension, de reconnaissance, d'interprétation et de réaction. Centré sur l'importance des statuts de classe, il ne permettait pas de saisir l'importance du cadre domestique de perception, des relations au sein de la famille, plus spécialement la place des femmes. Le travail sur les focus groups fait naître des interrogations novatrices sur le rôle des médias dans la production de divers registres identitaires.

Morley (1992: 201) décrit ainsi la télévision comme appartenant à l'ensemble des technologies domestiques de communication. Selon lui,

La télévision ne devrait plus être vue de manière isolée mais plutôt comme l'une des nombreuses technologies de l'information et de la communication à occuper le temps et l'espace domestique aux côtés du magnétoscope, de l'ordinateur, du téléphone, du baladeur, du répondeur, de chaîne stéréo, et de la radio⁶⁵.

Pour le chercheur, il est nécessaire de connaître la « carte culturelle » ainsi que les réactions du public en fonction des références culturelles et symboliques qu'il met en place pour décoder les messages médiatiques. L'étude complète de la réception d'un programme télévisé doit donc comporter trois étapes essentielles. La première repose sur la production du texte télévisuel et stipule que le même événement peut être encodé de différentes façons. La seconde concerne l'organisation sémiotique du texte télévisuel ou son caractère polysémique, inscrit dans des lectures potentielles et des interprétations variées. La dernière met en exergue le processus de réception des téléspectateurs, imprégné de l'univers culturel spécifique de chaque individu.

Comme le souligne Ravault (1980), les modèles de communication se classent en deux catégories. La première est constituée de modèles axés sur l'émetteur, nommés « originator oriented models », tels que ceux de Watson, Shannon et Shramm. La seconde repose sur des modèles centrés sur le récepteur ou « destinator oriented models ». Dans les prochaines sous-

⁶⁵ Traduction libre. « Television should now be seen, not in isolation, but as one of a number of information and communication technologies, occupying domestic time and space alongside the video-recorder, the computer and the telephone, as well as the Walkman, the answer-machine, the stereo and the radio ».

sections, nous nous attacherons à préciser les principaux modèles qui se sont concentrés sur l'analyse de la réception active.

2.4 Du consommateur passif au récepteur actif

Si « dans les premières études de la communication, l'auditoire était considéré comme relativement passif et sans défense devant les moyens de communication qui pouvaient lui inculquer n'importe quoi⁶⁶ » (Schramm, 1973 : 6-10), un virage décisif dans l'étude des phénomènes de communication au niveau international a été effectué au cours, et à la suite de la Seconde Guerre mondiale par les recherches américaines sur l'impact de la propagande alliée.

Comme le précise, René-Jean Ravault (1985), parmi celles-ci, les travaux d'Edward A. Shils et de Morris Janowitz, en 1966, sur « la cohésion et la désintégration de la *Wehrmacht* » ont été des plus cruciaux. En ce sens, en constatant que malgré l'effort important de propagande des Alliés pour convaincre les soldats allemands de se rendre, ces derniers ont, au seuil de la capitulation, entrepris des contre-offensives. Shils et Janowitz ont tenté de comprendre les stratégies de communication qui ont poussé les soldats allemands à offrir cette résistance. Ils ont ainsi questionné des prisonniers et analysé des documents ainsi que les signaux ennemis qu'ils ont pu intercepter. Il en est ressorti que les nazis croyaient fermement qu'il leur était possible d'utiliser la propagande des alliés pour renforcer le moral de leurs propres troupes et les encourager à se battre contre l'ennemi jusqu'au bout. Les résultats de ces recherches ont permis la mise en place du paradigme de la « réception active » dans lequel le récepteur, par sa simple prise en compte d'un produit communicationnel, est actif dès qu'il lui attribue une signification, le transformant ainsi en « message ».

L'auditoire peut résister au pouvoir communicationnel et, par conséquent, les signaux des contenus émis par l'émetteur vers le récepteur devaient donc être pensés dans le cadre d'un contexte culturel spatio-temporel situé. Selon cette approche de la réception active, la

⁶⁶ Traduction libre de René-Jean Ravault (1985 : 253).

communication internationale doit être évaluée en fonction des cultures en présence. Les dimensions matérielles, sociales, psychologiques et temporelles vont exercer une influence directe sur le processus de communication. Ce grand virage dans la conception médiatique a contribué à l'émergence de la théorie de la réception active. Cette attention à la culture et aux spécificités nationales dans le processus de décodage des produits médiatiques sera une des constantes des études menées sur la réception active. Cette dernière permet de reconnaître la créativité du récepteur et son rôle efficace dans le processus de consommation des contenus culturels. Les chercheurs reconnaissent ainsi que l'exposition aux contenus médiatiques est une condition nécessaire mais non suffisante pour la propagation des influences. En ce qui a trait aux modèles centrés sur le récepteur ou « destinator oriented models », que Lee Thayer est, pour paraphraser Ravault (1985 : 258), « un de ceux qui a été le plus loin dans la direction du récepteur actif ».

2.4.1 Le modèle de Lee Thayer

Dans son ouvrage *Communication and Communication Systems* (1968), Thayer précise que le « message » qu'un destinataire « obtient » est presque toujours composé de facteurs qui dépassent de loin le simple « contenu » informationnel des productions de l'émetteur.

Le destinataire, lorsqu'il crée le sens du message qu'il « reçoit », doit nécessairement le faire en fonction de sa propre perception de la situation, ses propres intentions, ses propres besoins, de ce qu'il croit être l'intention (ou le manque d'intention) de l'émetteur, du souvenir de ses précédentes interactions avec cet émetteur, des conséquences qu'il anticipe du fait qu'il accepte de comprendre et de croire les propos de ce dernier, etc. (Thayer, 1968 :123).

Thayer accorde une priorité absolue aux facteurs « metacommunicationnels » qui permettent de comprendre que le message reçu repose sur des facteurs que l'émetteur ne contrôle pas. Ainsi, « la situation » (telle qu'appréhendée par le récepteur), « les susceptibilités » (besoins, et appétits) du récepteur à réagir d'une certaine façon ainsi que son évaluation de l'événement communicationnel déterminent le processus de communication. Le récepteur agit, tout comme l'émetteur, conformément à des objectifs précis. La situation quotidienne influant sur

le processus de la réception des contenus médiatiques permet ainsi la construction du sens. Selon Thayer l'événement communicationnel se définit ainsi autour de sept composantes :

- a. L'émetteur tel que perçu par le récepteur ;
- b. Le récepteur tel qu'il se perçoit ;
- c. La situation telle que perçue par le destinataire ;
- d. Le canal ou médium tel que perçue par le destinataire ;
- e. Le message tel que perçu par le destinataire ;
- f. Les relations, intentions, buts de l'émetteur que le destinataire lui prête;
- g. Les besoins du récepteur tels qu'il les ressent.

À ces variables énoncées par Thayer, Watson Dunn (1969) ajoute que la plupart des communications entre émetteurs et récepteurs sont influencées par une infinité de variables, soit les différents aspects du contexte organisationnel, la représentation que se fait le public de l'auteur du « message », le temps qui passe, l'orientation idéologique du groupe auquel appartient le destinataire, l'activité des leaders d'opinion, l'ambiance sociale dans laquelle le destinataire s'expose aux « messages », le fait qu'il se sente forcé ou non de jouer un rôle particulier, sa personnalité et son caractère, sa classe sociale et son niveau de frustration, la nature des médias et des supports, l'existence et l'accessibilité de mécanismes sociaux susceptibles de lui permettre d'accomplir l'action qu'il souhaite réaliser après avoir été exposé aux « messages ».

Comme l'illustre le schéma ci-après - figure 2.1 - lorsque le destinataire construit le sens du « message » reçu, il le fait en fonction de sa propre perception de la situation, de ses propres intentions et besoins ainsi que de sa sensibilité ou de ses compétences communicationnelles.

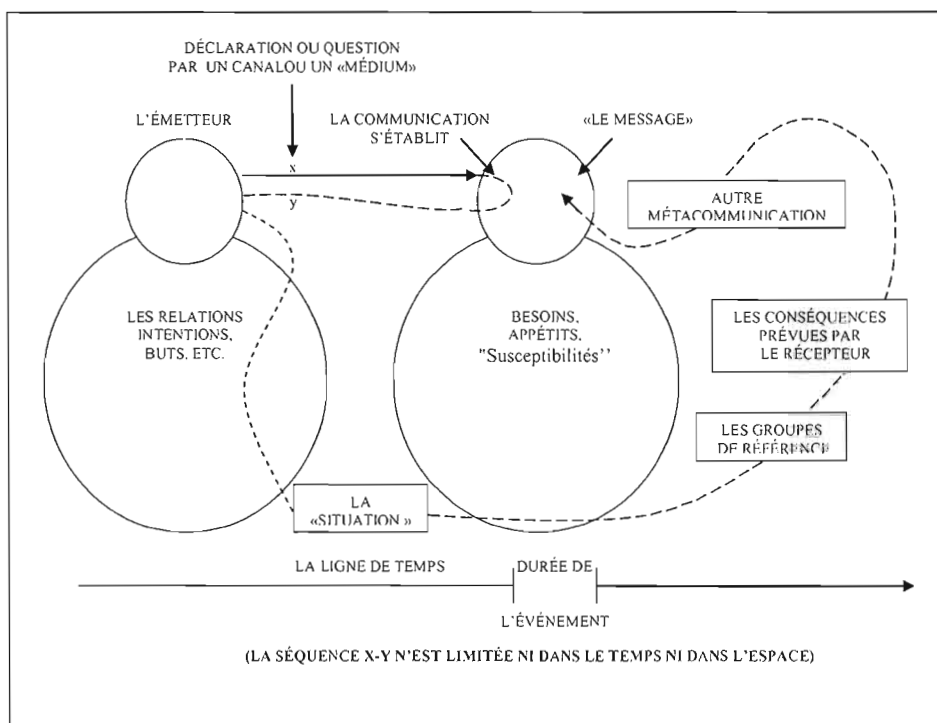


Figure 2.1 Visualisation du processus de communication humaine selon Thayer⁶⁷

La construction du sens, se fait aussi en fonction de ce que le récepteur croit être les intentions de l'émetteur ainsi que du souvenir qu'il a des interactions déjà entretenues avec ce dernier. Le fait d'anticiper les conséquences de son acceptation ou le refus de « comprendre » et de « croire » l'émetteur intervient aussi. Par conséquent, l'évaluation faite de la situation de communication en en construisant le sens s'effectue toujours selon la culture (normes, valeurs, croyances) de son groupe de référence s'il s'agit d'un membre d'une société moderne (*gesellschaft*), ou de la « communauté d'appartenance » s'il s'agit d'un membre d'une société traditionnelle à fort enracinement (*gemeinschaft*), (Ravault, 1995 : 72). Il s'agit là d'un point déterminant pour notre recherche. Si l'on considère que les immigrants nord-africains proviennent d'une *gemeinschaft* (pays du Maghreb) et s'installent au sein d'une *gesellschaft* (le Québec), il est donc nécessaire de souligner que ces immigrants construisent le sens de la communication en fonction de la culture de leur propre groupe de référence, soit la culture d'origine. À travers ce constat, nous pensons qu'il est nécessaire de vérifier auprès

⁶⁷ Source : Ravault, René-Jean. 1996. *Développement durable, communication et réception active*. Chaire Unesco.

de nos répondants la place de leur culture d'origine dans leurs interactions avec la société d'origine.

De plus, selon Thayer, si l'émetteur détient un message qu'il souhaite transmettre intentionnellement, cela ne signifie pas nécessairement qu'il y ait « communication ». Il se peut qu'il y ait un message, et il se peut aussi qu'il y ait une information sans intention d'un sujet émetteur. Néanmoins, le récepteur est « indispensable » à la communication car, après tout, il faut bien que quelqu'un écoute, voit, ressente et interprète le message. En ce sens, Thayer explique que le récepteur est « de facto créateur de tout message » (Thayer cité par Sfez, 1992 :130). En rejetant la conception traditionnelle du processus communicationnel, Thayer accorde un pouvoir déterminant au récepteur dans l'événement communicationnel. Il n'y a donc pas de communication sans activité du récepteur. Le chercheur considère donc le récepteur comme l'élément actif dans le processus de communication et inverse, par là même, la logique précédente où l'émetteur était un élément important dans le processus communicationnel. Il s'agit là d'un fondement important pour le développement de la théorie de la réception active. Thayer considère ainsi que le processus de communication n'a lieu que lorsque le récepteur prend en compte - *take into account* -, enregistre, et interprète le signal transmis par l'émetteur et lui donne un sens particulier. En d'autres termes, le sens n'est donc pas « transmis » par l'émetteur mais « construit » par le récepteur. Pour Thayer, la construction du sens dépend du fait que le processus de la réception des contenus médiatiques est influencé par la situation quotidienne du récepteur. Comme le souligne Ravault (1986), ces éléments suggèrent que les principaux facteurs contribuant à la socialisation de l'être humain jouent un rôle déterminant dans la plupart des situations de communication.

2.4.2 Les réseaux de « coersédution »

Inscrivant ses travaux sur la réception dans la continuité des recherches de Thayer, René-Jean Ravault soutient que l'événement communicationnel doit être étudié à partir du rôle du récepteur. Selon lui, c'est à ce niveau que le sens « surgit », « prend forme », et que le processus communicationnel prend de l'importance. Comme le précise Lucien Sfez (1992 : 133), « Katz et Ravault sont proches : ils tentent tous deux, par des moyens différents, de

jeter un pont entre l'école dite des « uses and gratifications » et l'école proprement culturelle, dite « Popular Kulture ». Le courant des usages et gratifications, plus « mécaniste » s'attache aux effets des médias en tant que réponses à des gratifications recherchées. L'école de la « Popular Kulture », quant à elle, plus « complexe » inscrit ces effets dans les rites et dans la symbolique d'une société. Si le récepteur crée les messages reçus, il est aujourd'hui impossible d'ignorer que la culture qu'il porte en lui joue un rôle crucial dans cette invention du réel.

La conception « ravaultsienne » pour comprendre et étudier le processus communicationnel se détache donc de celle des recherches traditionnelles qui s'intéressaient essentiellement au processus de production des contenus médiatiques, au processus de la diffusion de ces contenus, et aux effets sur les récepteurs. Par conséquent, ce que le récepteur fait avec les contenus médiatiques dépend de nombreux facteurs socioculturels qui changent d'un récepteur à l'autre et d'une situation communicationnelle à l'autre.

Comme le souligne Ravault, la théorie de « la réception active » souligne le fait que ce qui est crucial dans le processus de la communication repose sur le cadre conceptuel, « cognitif » et « affectif » à partir duquel le récepteur s'expose ou non aux signaux, les sélectionne et en construit le véritable sens en l'utilisant ou non dans les gestes qu'il pose et les décisions qu'il prend. En ce sens, dans le processus de la communication, ce ne sont pas les signaux que l'émetteur a organisés dans l'environnement du récepteur qui sont déterminants. En fait, le destinataire décode et réagit surtout en fonction de ce qu'il est. Il s'agit de l'identité culturelle qu'il a acquise au cours de sa vie puis en évoluant dans différents réseaux de « coersédution » qui façonne l'essentiel de sa *Weltanschauung*, « ce lieu d'où il parle, agit et perçoit le monde » (Ravault, 1995 : 73). Et d'ajouter que « contrairement à ce que pensent certains critiques, l'émetteur ne peut adéquatement ni connaître, ni a fortiori, contrôler les grilles des destinataires puisque la perception qu'il en a est, elle aussi, affectée par ses propres grilles de décodage ». Finalement, les « cinq questions » sur le processus communicationnel posés par Ravault pourraient se résumer ainsi « Qui? S'expose à quoi? Par quel canal? Produit par qui? Dans quel but? » Il s'agit donc de comprendre que ce que font

les récepteurs avec les contenus médiatiques dépend de plusieurs facteurs socioculturels qui changent d'un récepteur à l'autre ainsi que d'une situation communicationnelle à l'autre.

Le sens n'est plus dans le texte mais chez le récepteur, qui le construit à propos de ce qui se passe autour de lui et en lui en fonction de nombreux éléments contextuels immédiats qu'il perçoit toujours par le biais de systèmes symboliques. Ces derniers lui ont été inculqués par les « personnes clés » de son environnement au cours des rituels de socialisation au travers des relations de « séduction » et de « coercition ». Deux mots que Ravault a réunis afin de créer le néologisme « coerseduction » qui traduit un « processus par lequel se fait l'acquisition des habitudes au sein de l'habitus » (Ravault, 1993 : 84). Et de préciser que :

Ce néologisme vise à concilier les façons dont Gabriel Tarde et Emile Durkheim ont expliqué le processus de socialisation. Pour le premier, les enfants se socialisent, adoptent les normes de leur famille en imitant leurs parents. Cette imitation étant essentiellement motivée par l'amour filial qui, chez Sigmund Freud n'est pas loin du complexe d'Œdipe, la contribution de Tarde est ici synthétisée par la « séduction », Durkheim, s'inspirant des travaux d'Auguste Comte, s'est opposé à Tarde en insistant sur l'aspect violent, la contrainte physique qu'exercent sur l'individu d'abord la famille puis l'ensemble de la communauté par le biais des ses prêtres, de ses enseignants, de ses militaires et de ses policiers. La position de Durkheim est donc ici représentée par la « coercition », tronquée au début de l'expression « coerseduction ». Par opposition à Jean Baudrillard qui laisse entendre que « les médias modernes séduisent », le concept de coerseduction proposé ici fait exclusivement référence à ce qui se passe au sein des relations interpersonnelles.

Selon Ravault (1996 : 276), on est en droit d'affirmer que « partout dans le Tiers-Monde, alors qu'ils sont perçus dans un contexte de misère relative ou absolue, les impérialismes culturels occidentaux jouent beaucoup plus un rôle de provocation que de séduction ». Il insiste ainsi sur le fait que les cultures locales ou les réseaux traditionnels soutiennent les récepteurs dans leur lutte contre l'impérialisme des médias en leur permettant d'interpréter ces produits en fonction des codes issus de leurs propres traditions socioculturelles.

Cette théorie vient donc réfuter l'idée communément admise de l'hégémonie occidentale en matière de médias. Jusque-là, l'information ne circulait que dans un sens, du Nord vers le Sud. La stratégie qu'adoptaient les recherches traditionnelles a, en effet, porté à croire que le

débordement de l'information des pays du Nord sur les pays du Sud, grâce aux capacités économiques, technologiques et politiques dont jouissent les pays développés, a contribué à l'existence d'une hégémonie économique, politique, et culturelle occidentale sur les autres pays du monde. Cette conception a longtemps occulté le fait que les récepteurs sont capables de jouer un rôle dans la construction du sens et dans la réaction aux contenus médiatiques, et que leur passivité les réduit à subir les contenus diffusés par les médias de masse.

Afin de clore le débat sur l'importance du rôle du récepteur dans le processus de communication, nous allons examiner brièvement la manière dont la communication à sens unique a pris force aussi bien dans les institutions internationales que dans le débat théorique en communication.

2.5 Quand l'information circule en sens inverse

2.5.1 The Free flow of Information

C'est sous la présidence du Français Jean Maheu que le débat sur la « communication à sens unique » caractérisant les rapports Nord/Sud a été amorcé pour donner essor, dans les années 1970, à ce que Michèle et Armand Mattelart (1995) nommèrent « la décennie du nouvel ordre de l'information et de la communication » (NOMIC) et l'Unesco a été la principale place d'expression. Près d'une décennie plus tard, en 1977, sous la présidence du Sénégalais Amadou Mahtar M'Bow, ce débat donna naissance à une Commission internationale pour l'étude des problèmes de la communication. C'est en 1980 que sera publiée la version finale du rapport de cette Commission présidée par l'Irlandais Sean Mc Bride⁶⁸. Ce document fut le premier à poser clairement les questions du déséquilibre des flux et des stratégies à mettre en place pour y remédier. L'issue des débats fut néanmoins court-circuitée par l'intransigeance des États-Unis qui sous la présidence de Ronald Reagan cherchèrent à imposer le principe du *free flow of information*. À ce facteur s'ajoutèrent :

⁶⁸ Fondateur d'Amnesty Internationale, prix Nobel et prix Lénine de la Paix.

[Le] télescopage des intérêts des pays du Sud luttant pour leur émancipation culturelle nationale et de ceux des pays du « bloc » communiste qui surent habilement utiliser ces demandes pour s'opposer à toute ouverture de leurs propres systèmes de communication de masse ; [les] contradictions à l'intérieur même du mouvement des pays non alignés, certains États du Tiers-Monde usant de ces débats internationaux comme alibi pour se dédouaner de leurs propres manques et compromissions sur leur territoire national (Armand Mattelart, 1995 : 69).

Cette discussion aboutit à la formation de grands principes directeurs pour l'établissement d'un Nouvel Ordre Mondial de l'Information et de la Communication (NOMIC) « plus justes et plus efficace » (Proulx et Breton, 1996 : 212). En demandant aux divers « acteurs sociaux de la planète impliqués dans la communication » (organismes de radiodiffusion, agences de presse, instituts de recherche ou de formation, gouvernements, associations professionnelles, grands journaux organisations internationales) de créer « un nouvel état d'esprit », les commissaires invitèrent ainsi à la mise en place de mesures concrètes pour la constitution de ce nouvel ordre. Comme le soulignent Proulx et Breton (1996 : 212),

il s'agissait de mettre en place « [davantage] de réciprocité dans les échanges d'information, moins de dépendance à l'égard des courants (dominants) de communication, moins de diffusion des messages du haut vers le bas, plus d'autosuffisance et d'identité culturelle (pour les divers gouvernements nationaux locaux), plus d'avantages pour l'humanité toute entière.

Dans son rapport, *Voix multiples, un seul monde* (1980), Mc Bride conclut que l'inégalité dans la circulation de l'information pourrait aboutir à des conséquences néfastes sur la compréhension du monde. Et de préciser :

Il ne peut y avoir d'indépendance véritable et effective sans les moyens de communication nécessaires pour la préserver. On a soutenu qu'une nation dont les médias sont dominés par l'étranger ne peut prétendre être une nation. Malheureusement dans le monde d'aujourd'hui, la communication souffre de ce qu'elle est trop souvent un échange entre partenaires inégaux qui entérine la prédominance des plus puissants, des plus riches et des mieux équipés.

Des programmes de développement furent ainsi mis en place par les pouvoirs publics des pays du Tiers-Monde et par des experts, venus essentiellement des États-Unis et d'Europe. Ces derniers multiplièrent leurs efforts pour mobiliser les moyens de communication de

masse permettant de « diffuser le savoir ». Selon Wilbur Schramm dans son ouvrage intitulé *Mass Media and National Development*, publié en 1964, le paradigme dominant reposait alors sur l'accélération du développement des pays du Tiers-Monde par l'entremise des médias. En effet, Shramm, assuré du rôle des médias dans le développement du progrès économique et social, conclut que les moyens de communication de masse peuvent permettre aux populations des pays du Tiers-Monde de s'affranchir de leur dépendance à la tradition pour rejoindre la modernité.

Le concept de développement peut *grosso modo* s'inscrire dans trois acceptions qui, pour toucher à des domaines interdépendants, n'en sont pas moins distinctes pour autant. La première, probablement la plus commune, en mettant l'accent sur le « social » privilégie le bien-être des populations et s'applique aux travaux sur l'alphabétisation, l'éducation, l'agriculture, le contrôle des naissances ou la santé. Partant, les politiques de développement social sont surtout des politiques « de terrain ». La deuxième acception est de nature politique : le développement est conditionné par l'instauration d'un régime démocratique stable à la place d'un régime autoritaire. La dernière acception est économique et donna lieu à des études plus ou moins théoriques, plus ou moins générales, et mit en usage dans les années 1950 un « concept simpliste (...) : les sous-développés manquent de ce fait leur démarrage économique, politique et culturel boqué. Que l'on mette à leur disposition des capitaux en nombre suffisant et l'on assistera, par exemple, à l'émergence magique d'une nation hautement industrialisés à l'endroit de l'Afghanistan » (Freund cité par Guaaybess, 2005 : 26).

Partagé en deux – avec d'un côté les partisans du *free flow of information* caractérisée par la toute puissance des pays du Nord et des États-Unis en particulier, et de l'autre les « pro-NOMIC » - le monde laissa ainsi entrevoir une nouveauté caractérisée par la détermination des pays du Sud à contrôler les flux d'information au sein de leurs territoires. L'attention à la culture et aux spécificités nationales dans le processus de décodage des produits médiatiques sera une des constantes des études sur la réception active.

2.5.2 Réception active et médias internationaux

Le phénomène de la réception active se manifeste de manière évidente dans les communications internationales ou transculturelles. En opposition avec les théories de l'hégémonie culturelle, les théories de la réception active soulignent que dans diverses régions du monde, les individus font une lecture critique à partir de leurs propres cultures, et

ont donc la capacité de s'opposer au pouvoir médiatique. À travers ses recherches, Ravault a pu souligner que l'approche du public actif propose trois stratégies :

- a. La *réinterprétation* : l'individu réinterprète le produit culturel en fonction de sa propre culture;
- b. L'*effet boomerang* : le produit communicationnel permet au récepteur de comprendre la culture de l'Autre (voir chapitre II, section 2.3.2, p. 83) et le destinataire peut alors retourner le produit communicationnel qu'il a réinterprété contre son émetteur.
- c. et La *stratégie de l'exploitation* : par le biais d'une utilisation intelligente, le récepteur peut tirer profit de son exposition aux messages culturels étrangers.

La première stratégie – la *réinterprétation* - nous a semblé être un bon indicateur pour notre recherche. Selon cette approche, la communication internationale doit être examinée en fonction des cultures en présence. Cette stratégie qui permet au récepteur de « ré-interpréter » un produit culturel en fonction de sa propre culture, illustre une des stratégies dont font preuve les populations immigrantes dans leurs activités de consommation médiatique. Selon Ravault, en communication internationale, les nouvelles, véhiculées par les médias et diffusées dans différents pays, sont toujours réinterprétées à partir de la « culture » ainsi qu'à travers « la carte-écran-radar » collective (l'ensemble des préjugés, des préconceptions, des conjectures), ou encore la « *weltanschauung* », qui prévalent dans la société réceptrice. Comme il le souligne (1996 : 67),

On dit que le « sens est dans le texte ou dans l'image », que « les messages ou les informations circulent et parviennent plus ou moins bien à leurs destinataires », sans se souvenir que pour que cela [cette inscription du sens dans le texte] se produise il faut [que destinataires et destinataires] appartiennent à la même famille, à la même tribu, au même clan, à la même secte, à la même église ou à la même école, en gros à la même épistémé [pour que cette illusion se produise]».

Dans le processus de réception active, on considère donc que le récepteur participe à l' « acte de communication » d'où émerge le sens mais, surtout, on souligne que c'est précisément là que réside le sens générateur des conséquences d'une communication. Comme le précise

Ravault (1996), c'est là que l'adjectif « actif » prend toute son importance car le sens ultime d'une communication, n'est « certainement » pas dans le contenu intrinsèque de ce qui a été dit par l'émetteur ni dans la façon dont celui-ci a structuré et organisé ses signaux pour composer ce qu'il croit être son « message » mais il se trouve dans ce qu'en font, ultimement, les destinataires.

Dès lors, en ce qui a trait à notre recherche, il importe de souligner ce que représentent les médias pour les immigrants et, surtout, de voir ce qu'ils font des médias qu'ils consomment. Selon nous, les médias locaux constitueraient, pour les immigrants nouvellement installés au Québec, une source privilégiée d'informations sur la société d'accueil. Si les relations interpersonnelles ou contacts directs avec les membres de la société québécoise sont plutôt rares lors de l'installation des immigrants, les médias, quant à eux, vont jouer un rôle de « médiateur » avec la société d'accueil. Ces produits médiatiques locaux constituent, en quelques sortes, une source d'informations sur la société d'accueil, pertinente au processus d'intégration ainsi qu'à l'appropriation des modes de pensée de la société. La réception des médias locaux constituerait donc un outil privilégié d'imprégnation et d'intégration de la culture et des valeurs du pays d'accueil ou encore, pour reprendre la métaphore de Ravault, de faire de l'« espionnage par empathie⁶⁹ » dans la culture majoritaire. Comme il l'affirme (1991), l'empathie repose sur la capacité de se mettre dans la peau d'un autre après en avoir compris les traits principaux par exposition aux produits communicationnels qui reflètent sa culture. Plus précisément, en nous appuyant sur l'ouvrage de Tzvetan Todorov, *La conquête de l'Amérique : la question de l'autre* (1982), nous pouvons comprendre ce à quoi l'activité interprétative du destinataire peut mener. En effet, pour Todorov, la victoire de Cortes, accompagné de quelques centaines d'hommes, sur Moctezuma et les dizaines de millions d'indigènes du Mexique, s'explique prioritairement par la capacité de Cortes à trouver les informations les plus pertinentes et à comprendre la signification qu'elles ont dans le contexte de l'Autre. Cette compréhension lui permit ainsi de poser les gestes que ses adversaires ont

⁶⁹ René-Jean Ravault emprunte ce concept d'empathie à Daniel Lerner, Lucian Pye, et Wilbur Schramm, experts en communication internationale. Ces trois chercheurs américains crurent, dans les années 1950, qu'en exposant les décideurs du Tiers-Monde aux médias américains, ils auraient pu comprendre la mentalité moderne et en acquérir les traits grâce auxquels il est possible de sortir de la pauvreté.

été contraints - selon leur système de décryptage auquel Cortes a pu accéder grâce à sa traductrice, la Malinche - d'interpréter dans le sens qui lui fut favorable. Cette attitude « d'espionnage par empathie » semble ici pertinente pour décrire l'usage que les immigrants font des médias de la société d'accueil et correspondrait, selon nous, à un premier degré de réception active. Dans un premier temps, les immigrants vont donc rechercher des informations pertinentes concernant la société d'accueil et amorcer ainsi leur processus d'intégration. Puis, dans un second temps, ou second degré de réception active, à travers leurs habitudes, croyances, attitudes, valeurs, et besoins, après avoir appréhendé de façon critique et pratique les informations sur la société d'accueil, ils se tourneront vers leur pays d'origine par le biais des médias transnationaux sur lesquels ils poseront, là encore, un regard neuf et critique. Le produit médiatique va ainsi être réinterprété en fonction d'une culture « bricolée » et « métissée » composée de la *Gemeinschaft* (culture organique de la société d'origine) et de la *Gesellschaft* (culture contractuelle de la société d'accueil). Les médias de la société d'accueil et ceux de la culture d'origine seront donc perçus à travers un filtre, celui de l'immigrant qui n'est plus tout à fait celui qu'il était en quittant son pays, ni tout à fait comparable à l'un de ses futurs concitoyens de la terre d'accueil.

En nous appuyant sur la théorie de la réception active, nous avançons donc l'idée que les informations offertes par les médias (locaux et internationaux) et prises en compte par les immigrants nord-africains, sont interprétées, perçues, et lues à partir de leurs propres « cartes mentales » ou « cartes-écran-radars ». La construction du sens des produits médiatiques par chaque destinataire va contribuer à l'élaboration d'une grille de lecture adéquate, spécifique, et cohérente avec son propre point de vue. La capacité des immigrants à intégrer, dans un même système, des éléments empruntés à des cultures supposées fort éloignées et à faire coexister de façon cohérente des schémas culturels apparemment peu compatibles, leur permet de construire, à partir d'éléments disparates et d'origines diverses, des cultures qui s'avèrent être d'authentiques créations. Dans la mesure où l'emprunt ne va pas sans la *réinterprétation*, ou encore la réinvention, ces immigrants s'approprient ainsi les produits médiatiques de la société d'accueil ainsi que ceux du pays d'origine en fonction de leur propre culture « d'ici et d'ailleurs », ce qui permet, selon nous, d'engendrer une troisième culture, hybride, et synchrétique, composée d'apports à la fois exogènes et endogènes. Dans

« Le monde des débats », Michel Wieviorka écrivait les « identités [culturelles] ne sont pas figées, mais produites en permanence par ceux qui les font vivre » (cité par Jouët et Pasquier, 2001 : 11). Notre approche du phénomène identitaire s'inscrit donc dans une perspective qui reconnaît l'importance du caractère dynamique de l'identité. Nous concevons l'immigrant comme un élément « actif » qui, à travers sa relation au pays d'origine et à la société d'accueil, tente de se recréer un mode de vie.

Selon Appadurai (2001), penser la dimension culturelle doit être intimement associé à une réflexion sur les publics qui ont la capacité d'être actifs. La rencontre des migrations de masse et des médias électroniques sans frontières permettrait la reconstruction des identités à une plus grande échelle, en maintenant le lien culturel avec le pays d'origine. S'intéressant aux diasporas, aux groupes qui vivent la déterritorialisation dans un monde de flux, marqué par des migrations de toutes sortes, « l'anthropologue met en lumière le fait que celles-ci ne sont jamais synonymes d'une perte d'identité, d'une absorption pure et simple dans l'anonymat d'une culture globale de plus en plus homogénéisée » (Abélès, 2001: 15).

Nous l'aurons compris, la mondialisation des échanges a permis « une démultiplication des publics qui sont en mesure de produire de nouvelles formes culturelles » (Appadurai, 2001). Pour paraphraser Marc Abélès (2001), citant lui-même Pascal, « le centre est partout, la circonférence nulle part ». De ce fait, une attention particulière doit être portée à la relation entre les moyens de communication de masse et les mouvements migratoires.

Comme nous avons pu le souligner à travers ce chapitre, de nombreuses études se sont penchées sur la question de la participation active des récepteurs. Ces recherches accordent ainsi une attention importante aux mécanismes de décodage des messages médiatiques par les récepteurs considérés comme actifs. En portant l'attention vers les usagers plutôt que sur les effets des médias, vers les récepteurs plutôt que sur le contenu des « messages », les chercheurs ont ainsi réalisé un changement épistémologique important dans l'étude de l'influence des médias sur l'individu. Le récepteur est donc actif dans la mesure où il peut, après réception, du dit « message » se l'approprier, y réagir ou s'en servir pour agir. La réception active aux premier et second degrés, va permettre de donner lieu à de nouvelles

formes d'identités des populations en mouvement qui savent être critiques à l'égard de leur propre culture ainsi que celle du pays d'accueil. Les immigrants auraient ainsi tendance à développer un décodage innovateur des médias consommés.

Selon nous, les identités multiples des immigrants suscitent un intérêt particulier en raison notamment de leurs impacts sur l'État-nation et trouvent dans les médias diasporiques ou transnationaux, un terrain favorable aux mutations. Ces termes de transnationalisme et de diaspora, fréquemment utilisés ces dernières années, ont donné lieu à de nombreuses recherches sur la question des médias et de l'immigration. Dans la perspective transnationaliste, les immigrants créent des liens tant sociaux que politiques ou culturels avec leur pays d'origine et le pays d'accueil. À travers les définitions de la diaspora, du transnationalisme, et de l'hybridité, que nous présenterons dans le chapitre suivant, nous verrons de quelle manière les immigrants contribuent à l'émergence de nouvelles formes d'intégration à la société d'accueil.

CHAPITRE III

MÉDIAS ET IMMIGRATION :

DE LA SOUS-REPRÉSENTATION À LA TRANSNATIONALISATION

Conjugués à l'avènement croissant de supports de diffusion (satellites, câble), les mouvements et flux de population, les migrations, les différentes formes de plus en plus complexes de mobilités, caractérisant le monde d'aujourd'hui, ont engendré le développement de travaux sur la place des médias au sein des populations immigrantes. Ce chapitre en dresse un panorama et s'attache à mettre en relief les concepts qui y sont principalement rattachés. À travers les travaux des Cultural Studies et de l'anthropologie, les notions de diasporas, de transnationalisme ou encore d'hybridité sont ici passés en revue. Ce chapitre n'aurait pu être complet sans une mise en perspective de la place des minorités dans les médias canadiens et québécois.

3.1 De « la » culture nationale « aux » cultures transnationales

Avec l'édification des États-nations modernes, l'identité est devenue une affaire d'État. En ce sens, l'identité nationale est souvent pensée en termes d'une unité identitaire, organisée autour d'une langue, d'un passé, d'une origine et d'un avenir communs. Cette « unité » devient ainsi un outil d'homogénéisation à l'intérieur même d'une unité politique que l'on appelle État-nation. Comme l'exprime Cuhe (1996 : 89),

Il est dans la logique du modèle de l'État-nation d'être de plus en plus rigide en matière d'identité. L'État moderne tend à la mono-identification, soit qu'il ne reconnaisse qu'une identité culturelle pour définir l'identité nationale (c'est le cas de la France), soit que, tout en admettant un certain pluralisme culturel au sein de la nation, il définisse une identité de référence, la seule vraiment légitime (c'est le cas des États-Unis). L'idéologie nationaliste est une idéologie d'exclusion des différences culturelles. Sa logique extrême est celle de la « purification ethnique ».

À ces concepts d'« identité nationale » ou encore de « culture nationale » qui ont prédominé dans le courant des années 1980, on leur préférera celui de « diaspora ». Cette rupture sera identifiée par Paul Gilroy, chercheur au CCCS, et plus précisément par la parution de son ouvrage *There Ain't No Black in the Union Jack* en 1987. Dans un contexte d'une Grande-Bretagne en proie à de véritables crises identitaires, Gilroy va s'approprier la définition de la « nation » élaborée par Benedict Anderson, et dénoncer le fait que les noirs sont « représentés dans la vie politique et culturelle contemporaine britannique comme extérieurs et étrangers à la communauté imaginée qu'est la nation » (Mattelart, 2007 : 15). Le chercheur britannique va ainsi abandonner le concept de « culture nationale » au profit de celui de « diaspora » soulignant davantage le caractère principal de la circulation transnationale dans la formation des cultures. Selon lui, la notion de diaspora est la meilleure pour souligner la fonction majeure des brassages transnationaux dans la composition des cultures et des identités. Jusque-là, le terme de diaspora référait essentiellement à un point de départ et au « maintien d'une identité malgré la dispersion ». Le fait que les Cultural Studies utilisent la notion de diaspora comme figure majeure pour décrire les cultures hybrides est donc paradoxale avec la définition qui en était donnée jusque-là. En effet, ce terme qui durant longtemps a été utilisé pour décrire la dispersion du peuple juif dans le monde, a suscité depuis une vingtaine d'années un intérêt sans précédent. Ses origines sont anciennes et la diaspora juive en est, depuis l'Antiquité, l'archétype. Comme le précise Bruneau (1995 : 15),

Les grands empires multiethniques ont été le cadre privilégié des diasporas, qui ont apporté des compétences intellectuelles, militaires et artisanales et qui ont constitué des réseaux de communautés marchandes mobiles, assurant des échanges de toutes sortes et facilitant la circulation des biens et des informations. La diaspora juive a, la première, joué ce rôle dans les empires assyro-babylonien, perse puis romain, et plus tard dans le vaste empire arabo-musulman du Moyen-Orient à l'Espagne.

Dans cet esprit, le chercheur britannique explique que l'identité nationale n'a plus de raison d'exister au sein de l'ancien empire colonial qu'est la Grande-Bretagne, confronté durant la période post-coloniale à l'arrivée d'« ex-colonisés, et de leur culture, au cœur même de l'ex-empire » (Mattelart, 2007 : 15). Ainsi, il propose de rompre avec les notions d'identité utilisées jusque-là. Pour ce chercheur intéressé aux musiques noires, il s'agit de souligner de quelle manière celles-ci jouent, par l'entremise des populations noires vivant en Angleterre,

un rôle pivot dans la formation d'une nouvelle culture chez les jeunes britanniques issus de la classe ouvrière. Il soulignera aussi la réappropriation voire l'adaptation des musiques noires venues d'Amérique du Nord et de Jamaïque aux spécificités britanniques qui donneront naissance à de nouvelles cultures hybrides, et syncrétiques.

Aujourd'hui le phénomène de la diaspora suit le flux du développement des moyens de transport et de communication et a tendance à se généraliser, tout en connaissant une renommée qui ne s'est pas limitée au monde académique, mais s'est étendue aux médias ainsi qu'au langage courant. Selon Bruneau (2004), son usage s'est tellement généralisé qu'il tend à s'appliquer à toutes les formes de migrations et de dispersions de peuples, même s'il s'agit de minorités nationales non issues d'une migration. Il s'agit spécifiquement d'un terme qui relève à la fois du langage des sciences sociales et de la langue commune, ce qui entraîne une assez grande confusion quant à la signification qu'on lui prête.

Comme le souligne Bruneau (2004), l'avènement de ce terme correspond non seulement à une croissance et à une généralisation des migrations internationales dans le monde, mais aussi à un affaiblissement, ou du moins à une limitation, du rôle que jouent les États-nations, au moment où la mondialisation est devenue un processus dominant. Ainsi, « alors que l'espace diasporé est discontinu et réticulé, polycentrique, celui de l'État-nation est, au contraire, continu, tend à l'homogénéité et à la centralisation » (Bruneau, 1995: 16). Ces communautés diasporiques sont ainsi reliées par le biais de flux et de deux niveaux supérieurs d'organisation, à savoir le niveau national de la société d'accueil et le niveau international « plus ou moins coordonné » par la société d'origine, « lorsqu'il existe ».

Pour Bruneau (1995), il existe trois grands types de diasporas. Le premier repose sur un « pôle entrepreneurial ». Les diasporas chinoise, indienne, et libanaise en sont les meilleures illustrations. La religion - trop diversifiée - ne permet pas la structuration et l'État-nation d'origine étant peu présent, l'entrepreneuriat constitue ainsi le pivot de la stratégie de reproduction de ces diasporas. Le second repose principalement sur la présence d'un élément structurant, la religion - souvent associée à une langue. Les diasporas juive, grecque, arménienne, assyro-chaldéenne en sont de bons exemples. Même si l'entreprise joue un rôle

important au sein de ces diasporas, elle n'en est pas l'élément central permettant d'assurer la reproduction à long terme. Enfin, le troisième ensemble de diasporas s'organise autour d'un pôle politique lorsque le territoire d'origine est dominé par une puissance étrangère. Citons les exemples de la diaspora palestinienne qui s'organise autour d'un mouvement politique (OLP⁷⁰) ainsi que celui de la diaspora tibétaine articulée autour d'un leader religieux et politique, le Dalaï Lama.

Le terme diaspora comporte plusieurs niveaux de cohésion et d'organisation interne. Par exemple, selon le Conseil de l'Europe, les diasporas sont perçues comme des « communautés vivant hors de leurs terres natales ». Cependant, en ce qui a trait à notre recherche, nous retiendrons qu'il s'agit de communautés organisées autour d'un ou de plusieurs éléments culturels partagés tels que la langue, la religion, l'appartenance ethnique, et dispersées dans le monde par la migration et en lien avec la communauté restée au pays, le *homeland*.

Dans chaque groupe de diasporas, ce sont la langue, l'art culinaire, le folklore, et la culture au sens large (musique, presse, littérature, cinéma), les relations familiales ainsi que la vie associative qui vont jouer un rôle de cohésion déterminant. Insistons sur le fait que le « lien communautaire », toujours présent, est constitutif de toute diaspora. Pour Martine Hovanessian, celui-ci est nécessaire au maintien de pratiques identitaires, en tant que « support d'une altérité fondatrice de la diaspora dans la société d'accueil » (cité par Bruneau, 1995 : 9). La condition *sine qua non* de l'existence d'une diaspora repose ainsi sur le maintien d'une identité commune qui a acquis une spécificité, une originalité dans chacune des sociétés d'accueil, au sein du système transétatique qu'est la diaspora. Selon Hovanessian (1995 : 50), de nouvelles stratégies apparaissent, dessinant des espaces diasporiques capables de déjouer la contrainte qui imposent une alternative entre l'assimilation et le retour au pays d'origine, et « qui loge l'expérience collective dans le vide transitoire d'un entre-deux ».

Dans le cadre de notre recherche, nous pensons qu'il serait erroné de parler de diaspora nord-africaine. Comme nous l'avons déjà exprimé en préambule de cette thèse, il nous semble que

⁷⁰ Organisation de Libération de la Palestine.

l'absence de liens communautaires entre les Algériens, Marocains, et Tunisiens ne permet pas d'envisager l'existence d'une diaspora maghrébine. Néanmoins, ce terme s'applique plus précisément aux pays étudiés. Ainsi, au regard de la définition de Martine Hovanessian (1991) pour qui le maintien de pratiques identitaires, en tant que « support d'une altérité fondatrice de la diaspora dans la société d'accueil » nécessite l'existence d'un « lien communautaire », nous pouvons envisager l'existence de diasporas « algérienne », « marocaine », et « tunisienne ».

Nous l'aurons compris, les rencontres des peuples, les migrations internationales, la mondialisation ont entraîné une redéfinition de la notion de diaspora et, par là même, de l'identité.

3.2 Identité en situation d'immigration

Réduire l'identité culturelle à une définition simple reviendrait à faire abstraction de l'hétérogénéité de tout groupe social. En fait, l'identité se précise par son caractère fluctuant et mixte, et c'est précisément ce qui la rend si difficile à définir. Pour préciser cette identité « mixte », Cuche (1996), s'appuie sur l'identité des jeunes issus de l'immigration. Ainsi, contrairement à ce qu'affirment certaines analyses, pour Cuche, ces jeunes ne vivent pas une prétendue « double identité » avec deux identités qui s'affronteraient en eux et entre lesquelles ils se sentiraient déchirés, ce qui expliquerait leur malaise identitaire et leur instabilité psychologique et/ou sociale. Cette représentation de la double identité vient plutôt de l'incapacité à penser le mixte culturel ainsi que de la « crainte obsessionnelle d'une double allégeance qui est véhiculée par l'idéologie nationale » (Cuche, 1996 : 92). En fait, chaque individu, à partir de ses diverses appartenances sociales (de sexe, d'âge, de classe sociale, de groupe culturel, etc.), fabrique, à partir de ces différents matériaux, sa propre identité tout en opérant une synthèse originale. L'identité est donc syncrétique, et non double, si l'on suppose l'addition de deux identités en un seul individu. Pour reprendre cette métaphore de Cuche, l'identité fonctionne pour ainsi dire sur le modèle des poupées gigognes, emboîtées les unes dans les autres. Elle est sans cesse en mouvement et chaque changement social l'amène donc à se reformuler de façon différente. Toutefois, si l'identité revêt un caractère

multidimensionnel, elle n'en perd pas pour autant son unité. Comme l'exemplifie Cuche, dans le Maghreb traditionnel, il n'était pas rare que les membres des vieilles familles juives, présentes depuis des siècles, soient désignés par le qualificatif de « Juifs arabes », deux termes qui apparaissent aujourd'hui peu conciliables depuis la montée des nationalismes. L'incidence des identités sur la constitution des États-nations comme entité de référence et d'ancrage de la citoyenneté fondée sur l'appartenance à un territoire amène ainsi à repenser la création ainsi que et la transformation des identités en situation de mouvements migratoires. La question des identités multiples interpelle donc à bien des égards. Deux thèses vont ainsi s'affronter quant à la manière d'interpréter la double identité ou les identités multiples des immigrants. L'une soulignera l'incapacité des immigrants, porteurs d'une double identité, à s'intégrer. L'autre s'appuiera sur une logique de « bricolage identitaire », développée par Devereux (1972) pour qui l'identité est perçue comme une « boîte à outils » où chaque outil constitue un élément identitaire que l'individu choisit en fonction de la situation d'interaction dans laquelle il est placé.

En ce qui a trait à notre recherche, nous avons choisi d'inscrire notre approche du processus identitaire dans cette logique de « bricolage ». Celle-ci précise le caractère fluctuant et dynamique de l'identité, elle caractérise les cultures des individus en mouvement, et insiste sur le phénomène de déterritorialisation des identités nationales. Selon nous, les immigrants ne s'assimilent pas à la société d'accueil mais ne se replient pas non plus sur leur culture d'origine. Ils vont plutôt mettre en place une transnationalité qui va consister en un processus par lequel ils vont construire et maintenir des relations diverses avec leur pays d'origine et la société d'accueil. En ce sens, ils vont nouer des liens sociaux, culturels, et politiques, avec le pays qu'ils ont quitté et celui qui les a accueillis et donner ainsi naissance à une identité métissée ou hybride.

3.3 Hybridité, métissage, créolisation

À l'heure de la mondialisation, Stuart Hall a accordé une grande importance aux flux culturels transnationaux dans la formation des identités culturelles et a invité à reconsidérer les influences culturelles transnationales jusque-là vues comme menaçantes à l'égard des cultures nationales. Avec son ouvrage, *There Ain't No Black in the Union Jack* (1989), il précisa comment les cultures transnationales participent à la recomposition des cultures nationales et plaça la notion de « diaspora » au cœur même de sa réflexion sur les identités. Comme le souligne Tristan Mattelart (2007 : 19),

L'accent qu'ils [Gilroy et Hall] mettent sur la notion de diaspora va répandre dans le monde académique anglo-saxon, et bien au-delà, une conception de la condition culturelle contemporaine faite de mélanges culturels, de négociations et renégociations sous l'effet des influences transnationales. Utilisée « métaphoriquement », la notion de diaspora va, de ce fait, bientôt désigner la réalité culturelle du monde dans son ensemble, y compris de ceux qui ne « migrent » que confortablement assis dans leurs fauteuils face à leur téléviseur.

Hall va donc envisager cette notion de diaspora dans le cadre d'une reconnaissance d'une hétérogénéité et diversité, par une conception de l'identité qui existe par et à travers la différence. Tout comme Paul Gilroy, Stuart Hall va donc articuler sa pensée autour des « esthétiques de *cross-over* et du *cut-and-mix* » (Tristan Mattelart, 2007 : 18). Pour Bruneau (2004 : 25), Hall et Gilroy, se réfèrent principalement « à l'image du rhizome par opposition à celle de la racine, c'est-à-dire à un mode de la dissémination et du métissage par opposition à un mode de la filiation et de l'héritage ». Pour Hall, depuis la fin de l'ère coloniale où les flux culturels se faisaient de la métropole vers la périphérie, des flux opposés ont vu le jour par l'entremise des mouvements migratoires du Sud vers le Nord et, par conséquent, ont donné naissance à de nouveaux processus de « transculturation ». Ainsi, pour souligner la manière dont les cultures sont « forcées d'entrer en interaction – souvent dans des relations de pouvoir profondément asymétriques » (Mattelart, 2007 : 19), Hall va emprunter à Mary Louise Pratt le concept de « transculturation » pour désigner la manière dont une culture dominée va « s'approprier » les codes de la culture dominante afin de donner naissance à une nouvelle forme culturelle « hybride » ou « créole ». L'hybridité va

ainsi renvoyer à « tout ce qui ne peut plus être binaire et redevable au système de catégorisation auquel la pensée moderne nous avait habitués » (Chivallon, 2006 : 17).

À partir de la fin des années 1980, comme le souligne Tristan Mattelart (2007), certains anthropologues vont s'attaquer à une vieille conviction selon laquelle il existe un « lien indissoluble entre cultures, peuples, ou identités d'un côté et lieux spécifiques de l'autre ». En ce sens, James Clifford, anthropologue américain, va dans son ouvrage *Malaise dans la culture* (1996), souligner l'expansion sans précédent de la mobilité durant le XX^{ème} siècle, engendrée par la croissance urbaine, les flux migratoires ou encore le tourisme. Selon lui, « l'exotique est désormais à nos portes » et, pour cela, l'identité et la culture doivent être appréhendées, comme « inventives et mobiles », « synchrétiques », « mélangées », comme « un processus d'invention hybride » généré par des apports extérieurs.

En consonance avec les écrits de Clifford, Nestor Garcia Canclini, anthropologue argentin travaillant au Mexique, montrera, dans son ouvrage *Cultures hybrides* (1990), de quelle manière dans un contexte d'émergence d'un « marché économique et symbolique transnational », la notion de « culture » se doit d'être « séparée de celle du territoire, local ou national, à laquelle elle a été systématiquement associée. Elle doit, au contraire, être appréhendée à partir des divers brassages interculturels qui la façonnent. En étudiant les cultures hybrides à Tijuana, frontière nord du Mexique et principale zone de passage vers les États-Unis, Canclini analyse le « mouvement dialectique » qui produit des « cultures hybrides où se mélangent et reconstituent des éléments empruntés à diverses cultures ». Comme le précise Mattelart (2007 : 26), Canclini conclut qu'aujourd'hui toutes les cultures sont des cultures frontières qui perdent la relation « exclusive » entretenue avec leur territoire mais qui gagnent en « communication » avec les autres cultures.

Arjun Appadurai émet quant à lui l'hypothèse d'un changement radical dans l'édification de nouveaux territoires ethniques et culturels. Dans son ouvrage *Modernity at Large*⁷¹ (1996), il

⁷¹ Traduit en français 2001 sous le titre *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris: Ed. Payot. Les citations que nous faisons de cet ouvrage réfèrent à cette version française de l'ouvrage.

s'attache précisément à la notion de « flux » et s'interroge sur la conception d'une culture et d'une identité nationales en cette ère de mondialisation où les flux des médias et des populations transcendent des espaces locaux, nationaux, et régionaux. De plus, l'anthropologue s'attache à montrer comment, par l'entremise de moyens de communication électroniques et de liens tissés par-delà les frontières, se forment de nouvelles « communautés imaginées » transnationales qui viennent rompre avec les loyautés nationales. Dans un monde en mouvement, l'émergence d'identités mixtes et complexes résultent, selon lui, de nouvelles dynamiques induites par la mondialisation. Il utilise la notion de *scapes* pour désigner les paysages, voire des « briques de construction », et élargir ainsi le concept de « communauté imaginée » créé par Benedict Anderson, et mettre en place celui de « mondes imaginés », soit de « multiples mondes constitués par les imaginaires historiquement situés de personnes et de groupes dispersés sur toute la planète » (Appadurai, 2001 : 69). Ceux qu'Appadurai qualifie d'*ethnoscape* ou encore de « transnation délocalisée », à savoir le monde en mouvement constitué d'immigrants, de touristes, de réfugiés, de travailleurs invités, ainsi que d'autres groupes et individus mouvants modifient ainsi les bases de l'État-nation, et jouent un rôle essentiel dans la « reconfiguration identitaire ». Les groupes migrent, se rassemblent dans des lieux nouveaux, reconstruisent leur histoire et reconfigurent leur projet ethnique. Appadurai s'intéresse ainsi essentiellement aux conditions d'émergence d'un local imaginé. « Les « publics » d'Appadurai ne sont nullement circonscrits par un cadre frontalier. Ils produisent eux-mêmes leur propre localité, dans un contexte mouvant » (Abélès, 2001 : 12). Les récepteurs circulent donc en même temps que les images. L'anthropologue évoque ainsi la prolifération des « sphères publiques d'exilés », caractérisées par des modes d'appropriation collectifs des récits et des images médiatiques. Néanmoins, les diasporas présentent un défi important pour cette territorialité en cherchant à produire leurs propres espaces transnationaux. Pour Appadurai, le local, en tant que tel, n'existe pas. Il est, selon lui, invention permanente et ce sont les groupes qui produisent leur local dans un contexte historique déterminé. On voit ainsi émerger des constructions identitaires qui débordent le cadre national, et, selon l'anthropologue, les migrants constituent donc des communautés imaginées enfermées dans leur « petite bulle ». Une conception qui ne correspond pas à notre thèse car, comme nous l'avons souligné, nous pensons que les immigrants maghrébins installés au Québec ne cherchent pas à s'enfermer dans leur

communauté d'origine mais plutôt à s'ouvrir sur la société d'accueil. Et, même si, nous pensons, qu'en réalité tout individu, qu'il soit immigrant ou non, vit dans sa propre bulle, nous réfutons, néanmoins, cette idée d' « enfermement ». Comme nous le verrons dans notre chapitre VII, les immigrants que nous avons rencontrés sont, pour la plupart, ouverts à la société québécoise, et rejettent l'idée de s'enfermer dans leur propre communauté d'origine.

En réponse à cette vision d'Appadurai, les anthropologues Linda Basch, Mina Glick Shiller et Cristina Szanton Blanc, vont présenter le transnationalisme « non comme des flux de marchandises et d'idées, mais comme des relations sociales construites par des populations dominées » (Mattelart, 2007 : 31). Ainsi, la définition qu'elles offrent du transnationalisme est toute autre.

[Il s'agit d'un] processus par lequel les immigrants forgent et maintiennent des relations sociales qui relient leurs sociétés d'origine et d'accueil » ou encore « comme le processus par lequel les immigrants » construisent des champs sociaux qui traversent les frontières géographiques culturelles et politiques (Basch, Glick et Szanton, cité par Tristan Mattelart, 2007 : 32)

À travers leur étude menée auprès d'immigrants des Caraïbes et des Philippines vivant aux États-Unis, il en ressort que ces derniers agissent et développent des identités au sein de réseaux de relations qui les rattachent simultanément à plusieurs États-nations. Si Appadurai explique cette construction d'identités comme le résultat des flux accélérés des médias, les trois anthropologues, quant à elles, mettent de l'avant le fait que le transnationalisme résulte du caractère insécuritaire de l'économie forçant des populations à préserver, créer, et renforcer des liens avec la communauté d'origine à l'étranger ou avec ceux restés au pays. Selon elles, le transnationalisme est aussi la conséquence des difficultés rencontrées par les migrants au sein de la société d'accueil, en particulier, celle liées à la représentation. Et de souligner le fait que les « gens de couleur » aux États-Unis sont placés « en bas de la hiérarchie sociale contribue inmanquablement, au développement du transnationalisme⁷² » (cité par Mattelart, 2007 :32).

⁷² Barack Obama étant aujourd'hui Président des États-Unis d'Amérique, nous pouvons nous demander si cette observation se veut toujours aussi pertinente.

Il nous semble que ce point soulevé par ces trois anthropologues n'est pas dénué d'intérêt pour notre recherche. Nous verrons, plus tard dans l'analyse de nos résultats, que les personnes les plus enclines à rejoindre davantage les médias de la culture d'origine sont souvent des individus aux conditions économiques précaires. Nous constaterons d'ailleurs que la définition même de l'intégration exprimée par nos répondants est fonction des liens qu'ils tissent avec le pays d'accueil et la société d'origine.

Nous l'aurons compris, sous l'influence des travaux de l'anthropologie et des Cultural Studies, les concepts d'identité et de culture ont connu de nombreux avatars. À l'heure de la mondialisation, ces travaux ont permis de déconstruire l'identité nationale et de la considérer sous un aspect hybride et hétérogène. Ainsi, après avoir soutenu l'existence de nations culturellement homogènes, les Cultural Studies sont devenues, à la fin des années 1980, un champ d'interrogation pour penser la culture à l'heure de la mondialisation. Comme nous l'avons vu, ces études ont permis de déconstruire les concepts d'« identité nationale » et de « culture nationale » au profit d'autres notions qui sont venues souligner les brassages transnationaux générés par des mouvements de population. Ces derniers, conjugués à l'avènement croissant de supports de diffusion (satellites, câble), ont permis le développement de travaux sur la place des médias au sein des populations immigrantes.

3.4 Médias et immigration : un champ de recherche en expansion

En même temps qu'émergeaient des études portant sur les audiences actives, impulsées - comme nous l'avons vu précédemment - par les Cultural Studies, les chercheurs se sont dirigés vers l'analyse de la réception des médias au sein des communautés immigrantes. En ce sens, un certain nombre de recherches ont dépassé l'unique domaine de la représentation des minorités dans les médias pour se pencher plus particulièrement sur la relation des médias avec ce que nous avons choisi de désigner sous les termes de « publics diasporiques ».

L'étude de la consommation des contenus médiatiques étrangers dans les pays d'Europe, est un des domaines de recherche qui ont émergé dans les dernières décennies. Plusieurs facteurs

ont favorisé ce genre d'études. Il s'agit en premier lieu de l'important développement technologique des moyens de communication internationale et surtout, les satellites qui ont permis de transcender les frontières des États-nations. Ainsi, l'étude de la réception des produits médiatiques internationaux est devenue impérative à cause de l'hégémonie supposée d'un petit nombre de pays sur les technologies de diffusion internationale des produits culturels. Les recherches récentes en communication nous indiquent que les études sur les récepteurs des produits médiatiques sont essentiellement caractérisées par un seul principe : le public aurait la capacité de faire une lecture critique des produits médiatiques étrangers. En remettant en cause l'idéologie dominante selon laquelle les immigrés sont des déracinés qui n'ont plus aucun lien avec leur pays d'origine, les chercheurs s'intéressant aux théories des migrations internationales vont souligner que de nombreux nouveaux immigrés construisent des espaces et des réseaux sociaux qui viennent transcender les frontières géographiques, politiques et culturelles. Comme le précise Ian Ang (1992 : 87-88),

Si le système transnational de communication tend à perturber les formes existantes de l'identification nationale, il suscite également des liens nouveaux, des solidarités nouvelles, de nouvelles façons de forger des communautés culturelles. L'utilisation de la vidéo par des groupes d'immigrés partout dans le monde (par exemple les Indiens, les Chinois et les Turcs) est un exemple éloquent. La circulation de vidéos et la consommation d'informations et de divertissements spécifiques à telle ou telle ethnie servent à construire et à maintenir en « communautés électroniques » des peuples géographiquement dispersés qui, autrement, perdraient leurs liens avec la tradition et toute possibilité de perpétuer activement.

Dans cette perspective, Andrea Rea et Maryse Tripier (2008) suggèrent que le transnationalisme désigne l'ensemble des processus par lesquels des immigrés construisent et maintiennent des relations sociales de divers types, leur permettant de garder contact à la fois avec la société d'origine et celle d'installation. Malgré la difficulté de définir cet espace social, Faist (2000) qualifie ces liens d'espaces sociaux transnationaux qui reposent sur diverses caractéristiques, à savoir familiale, sociale, économique, politique ou religieuse. Ces réseaux sont ainsi au fondement de la formation de communautés transnationales (Portes, 1999) qui tirent parti des transformations technologiques (transformations des transports, diminution du coût de déplacement et amélioration des techniques de communication).

Eu égard à nos intérêts de recherche et au regard des diverses recherches sur la question du transnationalisme et des diasporas que nous venons de voir, nous avons choisi d'élaborer notre propre définition du transnationalisme. Selon nous, elle consiste en un processus durant lequel les immigrants, à travers leurs liens avec la société d'origine et le pays d'accueil, réinterprètent leurs cultures et mettent en place une identité nouvelle. Les mouvements transnationaux voire transculturels permettent donc à l'immigrant de développer un esprit critique favorable à l'émergence d'une nouvelle « carte écran radar » qui permettra la mise en place d'une nouvelle forme d'intégration à la société d'accueil. Comme nous l'avons souligné dans le chapitre II (section 2.5.2, page 95), nous stipulons la réception active comporte deux niveaux ou degrés. Le premier permet à l'individu de comprendre l'Autre tout en préservant sa communauté. Durant cette phase, l'immigrant « espionne par empathie » afin d'appréhender la société d'accueil, et comprendre son fonctionnement. Puis, dans un second temps, ou second degré de réception active, à travers ses habitudes, croyances, attitudes, valeurs, et besoins, après avoir appréhendé de façon critique et pratique les informations sur la société d'accueil, il se tournera vers leur pays d'origine par le biais des médias transnationaux sur lesquels ils poseront, là encore, un regard neuf et critique. À travers ces degrés de réception, il pourra ainsi mettre en place une relation d'interaction avec le pays d'origine et la société d'accueil qui lui permettra la création d'une nouvelle identité, hybride, composée d'apports endogènes et exogènes.

3.4.1 Consommation médiatique et populations immigrées

En ce qui a trait à l'étude de l'appropriation des médias du pays d'origine par une communauté immigrante, Marie Gillepsie explorera le domaine en publiant en 1995 une étude menée sous la direction de Roger Silverstone auprès des jeunes d'origine penjâbie à Southall, banlieue de Londres, intitulée *Television, Ethnicity and Cultural Change*. S'inscrivant dans la continuité des travaux de Gilroy d'un point de vue « diasporique », Gillepsie se questionne sur les transformations des identités sous l'effet des interactions et des échanges interculturels autour de la question de la consommation des médias. Âgés de 14 à 18 ans, les adolescents d'origine penjâbie, étudiés par Gillepsie, sont présentés comme partagés entre leur appartenance à leur communauté, leur environnement culturel du pays

d'origine et celui du pays d'accueil ; une situation qui rend leurs identités en constante « redéfinition » entre le pays d'origine et la société d'accueil.

À partir de l'étude de la consommation télévisuelle de cette communauté entre 1988 à 1990, Gillespie a ainsi pu constater que les parents de ces jeunes utilisent le magnétoscope pour « recréer des traditions culturelles » en diffusant des films hindis, ou en d'autres termes du cinéma *bollywoodien*⁷³. Ces films, regardés en famille et fort populaires au sein de la diaspora indienne, permettent aux parents de partager leur culture d'origine avec leurs enfants, et de les élever dans leurs traditions et valeurs. Comme le précise Gillespie, ces programmes s'opposent ainsi à ceux proposés par la télévision britannique qui vont à l'encontre des valeurs morales et familiales de la culture penjabie.

Comme le montre cette étude, l'arrivée de ces nouvelles technologies médiatiques - tels que le satellite ou le magnétoscope - permettent de véhiculer la culture du pays d'origine au sein des foyers immigrants d'Europe ou d'Amérique. La découverte de leur appropriation par ces populations immigrantes a soulevé questionnements, polémiques, et inquiétudes de la part des gouvernements européens qui, nombreux, ont vu dans les « paraboles » des instruments de nature à annihiler les politiques d'intégration des populations immigrantes. En ce sens, durant l'automne 1995, une enquête réalisée par la compagnie *Eutelsat*⁷⁴ indiquait que 21% des ménages d'origine maghrébine en France avaient investi dans l'achat d'un satellite, alors que seulement 4% de la population générale en possédaient. À cette époque, les paraboles s'étaient rapidement multipliées sur les façades et toits des immeubles, particulièrement dans les quartiers à forte immigration.

À la suite de ce constat, durant la même année, a été rédigé par la chercheuse Leïla Bouchareb un rapport à l'attention du ministère français des Affaires sociales, de la santé et

⁷³ *Bollywood* est le nom donné à l'industrie cinématographique indienne située à Bombay en Inde et dont les films sont réalisés en hindi et en ourdou. Le cinéma *bollywoodien* représente la composante la plus populaire du cinéma indien, la plus importante au monde en termes de nombres de films réalisés. Ces derniers sont diffusés dans toute l'Inde et s'exportent dans le monde entier.

⁷⁴ Fournisseur mondial d'infrastructures satellitaires : télévision, radio, services, Internet haut débit via satellite.

de la ville. Ce rapport alarma rapidement l'opinion publique ainsi que les politiques. Sa conclusion y est plus qu'explicite :

Les risques de manipulation des puissances étrangères sur les populations concernées [issues de l'immigration maghrébine] existent, d'autant que le nombre de paraboles de réception directe ne cesse d'augmenter, notamment dans les banlieues. (...) En outre, ces diverses chaînes diffusent en langue arabe, ce qui peut compromettre les années d'efforts d'alphabétisation et de francisation de ces populations. De plus, la nature religieuse de certains programmes accentuera probablement la tendance à l'islamisation dans les cités, et risque de renforcer le discours propagandiste des groupuscules intégristes (Bouchareb, cité par Tristan Mattelart, 2007, p.37).

Cette possibilité de recevoir les chaînes du pays d'origine en France devint ainsi durant les années 1990, au regard des milieux les plus nationalistes et conservateurs, une menace pour l'intégrité de la culture et de l'identité française. En fait, cette peur sur laquelle s'est longtemps centré le programme du front national français (FN) de Jean-Marie Le Pen à cette époque, renvoyait surtout à la peur de voir les immigrés - particulièrement maghrébins- être influencés par les milieux intégristes du pays d'origine. C'est en ce sens que le Conseil Supérieur de l'Audiovisuel (CSA) fut encouragé par Charles Pasqua, alors Ministre de l'intérieur⁷⁵, à exclure les stations arabes du réseau câblé. Dès lors, ces populations durent se tourner vers les possibilités que proposait le réseau par satellite pour recevoir les chaînes du pays d'origine.

C'est dans ce même contexte qu'a été réalisée, au milieu des années 1990, l'étude sur la réception de chaînes du pays d'origine via le satellite par les populations immigrées en France de Hargreaves, spécialiste britannique des cultures postcoloniales françaises, en collaboration avec Dalila Mahdjoub. La recherche qualitative d'Hargreaves et Mahdjoub - qui a été d'ailleurs un bon indicateur pour notre présente recherche - fut réalisée auprès de 115 personnes issues de familles où les parents, originaires du Maghreb ou, pour quelques unes, de Turquie, vivent à Montbéliard, Marseille, et Lyon. On demanda à ces trente ménages ce qu'ils attendaient en achetant une antenne satellite, dans quelle mesure leurs habitudes de

⁷⁵ Charles Pasqua a été Ministre de l'Intérieur de 1993 à 1995.

consommation médiatique avaient changé avec l'installation de celle-ci, et comment elle a pu affecter leurs attitudes personnelles et familiales.

Concernant la première question, la réponse la plus fréquemment donnée par la première génération, à savoir les parents, reposait sur le désir d'avoir accès à l'actualité du pays d'origine. De plus, les femmes répondirent davantage qu'elles se sentaient handicapées par une faible maîtrise de la langue française, quand elles regardaient la télévision du pays d'accueil. Avec l'antenne parabolique, elles avaient donc la possibilité de regarder des programmes dans leur langue d'origine. Les réponses de la seconde génération étaient plus diverses. En ce sens, certains recherchaient un choix plus large de chaînes, sans mentionner spécifiquement les chaînes du pays d'origine, mais plutôt en cherchant des chaînes destinées aux jeunes. D'autres se dirent heureux que leurs parents puissent regarder des chaînes de leur pays d'origine, et d'autres encore étaient curieux d'en connaître davantage sur le pays d'origine de leurs parents.

À travers cette étude, Hargreaves et Mahdjoub ont pu constater qu'une fois l'antenne satellite installée, au sein de la famille, c'est, la plupart du temps, la ou les chaînes du pays d'origine qui sont le plus regardées. Mais, si on considère les membres de la famille séparément, d'importantes différences se sont fait ressentir entre les générations et entre les hommes et les femmes. Concernant l'impact de l'installation du satellite, les chercheurs ont pu remarquer chez les jeunes une augmentation de l'intérêt pour le pays d'origine des parents. Presque la moitié des jeunes ont avoué se sentir plus proches du pays d'origine même si cet intérêt supplémentaire pour le pays d'origine ne semble pas démontrer de diminution significative de la satisfaction à l'égard du pays d'accueil.

Il s'avère donc qu'il serait erroné de penser que les familles équipées d'une antenne satellite seraient engagées ensemble dans un projet culturel partagé et dominé par le pays d'origine des parents. Au contraire, l'installation d'une parabole a permis, selon l'étude, de proposer une plus grande diversité. On a pu remarquer que la première génération continuait à regarder « moyennement » la télévision française. Chez les plus jeunes, les habitudes télévisuelles restaient dominées par les chaînes de télévision française majoritairement

imprégnées de programmes américains ou inspirés du modèle américain. Cette étude a donc le mérite de souligner les divergences entre les générations, ce qui se révèle être une lacune dans l'étude de Gillespie qui ne s'en est tenue qu'aux plus jeunes.

Dans le même esprit, Kamel Hamidou a enquêté en 2003 - toujours en France - auprès de cent personnes issues de l'immigration en Île de France ainsi qu'à Metz. Selon lui, les téléspectateurs de plus de 45 ans, sont plus nombreux à regarder exclusivement les télévisions « orientales », alors qu'entre 25 et 45 ans la consommation est « mixte » mêlant les chaînes françaises aux chaînes arabophones. Les moins de 25 ans, quant à eux, ne regardent majoritairement que la télévision française. L'âge est ici un facteur déterminant tout comme la place que la société accorde à cette population. En ce sens, Hamidou précise que les individus se sentant rejetés par la société vont le plus souvent se tourner vers les chaînes arabophones. Et d'insister sur le fait que le public français des chaînes paraboliques arabes et musulmanes ne constitue pas « un bloc homogène dont les habitudes de consommation seraient dictées par des déterminants communautaires » (Mattelart, 2007 : 38).

Le panorama dressé par Alec Hargreaves, Dalila Mahdjoub ou Kamal Hamidou est [donc], de ce point de vue, plus complexe que celui qu'esquisse Arjun Appadurai quand il évoque la manière dont émigrés et populations du pays d'origine « restent liés les uns aux autres à travers les moyens sophistiqués des médias », formant des « communautés imaginées » transnationales, et quand il décrit « la constitution de diasporas de publics enfermés dans leur petite bulle⁷⁶ » (Mattelart, 2007 : 38).

Asu Aksoy et Kevin Robins (2001) ont, eux aussi, tenté de déconstruire l'idée que les télévisions par satellite contribueraient à intégrer le public issu de l'immigration au sein d'une « communauté unifiée » et affranchie de toute frontière et centrée sur la culture du pays d'origine. Ils vont ainsi partir d'un postulat critique à l'égard des travaux sur les diasporas et les médias qui stipule trop souvent, selon eux, que les médias transnationaux relient des individus séparés par de grandes distances et les rassemblent en communautés et permettent

⁷⁶ Tristan Mattelart reprend ici l'analyse de David Morley qui, dans son ouvrage *Home territories*, voit dans les travaux empiriques d'Alec Hargreaves, « matière à relativiser certaines thèses d'Arjun Appadurai ».

de maintenir les identités préexistantes malgré les distances. Un point de vue que nous partageons et qui vient étoffer notre conception du transnationalisme permettant la mise en place de cultures hybrides. Comme le précise Tristan Mattelart (2007 : 40), Asu Aksoy et Kevin Robins (2001) vont critiquer le concept de « région géolinguistique » employé par John Sinclair et Stuart Cunningham, pour décrire la manière dont les satellites permettent de rassembler au sein de « communautés imaginées » au-delà des frontières. Et, indirectement, ces deux chercheurs vont - sans le nommer - critiquer Appadurai pour qui les médias permettent la création de « communautés imaginées ». Robins (2001 : 27) précise ainsi que

[L'] approche diasporique semble beaucoup plus libérale et tolérante que ne l'est celle d'intégration/assimilation proposée par Heitmeyer⁷⁷ et ses semblables, et donc acceptable. Il me semble cependant qu'elle pose tout de même problème et qu'elle doive être remise en question, car elle nous propose une interprétation assez réductrice des communications transnationales. Je suis frappé de cette répugnance et cette incapacité à dépasser l'idéal de l'attachement à la communauté ; de toute évidence, il ne sera pas facile de se débarrasser du spectre de la « communauté imaginée ». Ma principale objection à cette approche est qu'elle ne perçoit pas et n'essaie peut-être même pas de voir ce qu'il y a de nouveau dans les communications transnationales.

Nous l'aurons compris le concept de « communauté imaginée » ne sied pas à Aksoy et Robins, tout comme d'ailleurs celui d'« identité ». Dans le dessein de comprendre ce que représente l'appropriation des télévisions turques dans les foyers turcophones d'Europe, ces chercheurs se sont intéressés non pas à l'identité de ces individus mais à leur expérience migratoire, leur « mobilité transnationale » (Robins, 2001 : 32). Ceci leur a permis « de ne plus décrire les populations issues de l'immigration comme tiraillées entre plusieurs cultures, mais de montrer comment elles participent simultanément à ces différentes cultures » (Mattelart, 2007 : 41). Ces chercheurs concluent qu'il faut dépasser l'idée que l'appartenance ethnique détermine principalement le comportement télévisuel du public issu de l'immigration turque. Ils invitent plutôt à voir que ce public au même titre que d'autres au Royaume-Uni est tout simplement à la recherche de « plaisirs » et de « gratifications

⁷⁷ Comme l'explique Robins (2001 : 24), Heitmeyer, Schröder, et Müller, « experts allemands, spécialistes autoproclamés du comportement de la population turque », ont en 1997 mis en garde le « Volk » [peuple] allemand contre les dangers de fragmentation et de ghettoïsation culturelles, la menace du fondamentalisme islamique et de l'émergence de nouvelles « frontières de confrontations et de conflits ethniques et culturels ».

ordinaires ». Il s'agit là d'un besoin relevant d'une conception affective faisant référence à la dimension esthétique, au plaisir, et à l'émotion qui vient s'opposer à l'aspect utilitaire de la réception au premier degré ou la conception cognitive est liée au besoin d'information, de connaissance et de compréhension.

Hamid Naficy, quant à lui, s'est intéressé, entre 1980 et 1991, à la télévision des exilés iraniens de Los Angeles. *The Making of Exile Cultures* se veut une des rares recherches qui se soit penchée sur la question de la production des médias de l'immigration. Cette production est ainsi nourrie des apports culturels du pays d'origine (valeurs, langue, thématiques) mais emprunte en même temps à la société d'accueil, les États-Unis, sa technologie, son idéologie de consommation, et ses techniques de vente. Ce que l'auteur qualifie de « culture synchrétique » permet aux exilés iraniens de Los Angeles de « préserver des aspects importants de leur culture originelle tout en adoptant les formes extérieures de la culture du pays d'accueil » (Mattelart, 2007 : 45). Naficy conclut que la présence de l'« hôte » s'accroît avec le temps et remplace ainsi graduellement « nombre de contenus originels par l'idéologie de la consommation ». Comme le précise Tristan Mattelart, « après avoir servi à créer « une *communitas* symbolique de l'exil », la télévision iranienne de Los Angeles va, de cette façon jouer un rôle croissant d'acculturation de ses téléspectateurs ».

D'autres chercheurs qui se sont aussi intéressés aux questions liées aux médias et aux populations immigrantes, se sont penchés sur la manière dont les populations issues de l'immigration compensent leur absence des écrans de télévision. En ce sens, Stuart Cunningham et Tina Nguyen, en s'appuyant sur la communauté vietnamienne en Australie, ont expliqué que cette population se tourne essentiellement vers les télévisions de Hong-Kong plutôt que celles du Vietnam où l'industrie audiovisuelle y est faiblement développée. Ainsi, la communauté vietnamienne en Australie, en se dirigeant vers les télévisions transmises depuis Hong-Kong, développe - pour reprendre les termes de Cunningham et Nguyen - des « tactiques de substitution culturelles ».

Certaines études se sont penchées sur la place des paraboles dans les pays non plus d'immigration mais d'émigration, notamment en Afrique du Nord. C'est dans cet esprit et

dans la perspective de la réception active que Ratiba Hadj Moussa (2000) s'est questionnée sur les significations qui se dégagent des usages des télévisions reçues en Algérie via la parabole. Selon la chercheuse « les islamistes ont raison : la parabole est satanique⁷⁸ ». Elle découvre, rend visible et transparent ce qui était opaque et fermé auparavant. Elle favorise l'ouverture et la comparaison puisqu'elle met l'autre en co-présence constante avec le même » (2000 : 140). En s'appuyant sur deux postures caractérisées soit par le besoin ou le désir de s'ouvrir sur un « ailleurs », ou pour reprendre l'expression de la chercheuse de « voyager sans visas », soit sur celui de vouloir se « replier » sur ce qui est perçu comme « médias de proximité », Hadj Moussa explique que les nouvelles formes de délimitation des espaces et des frontières sont induites par ces nouvelles technologies.

« Voyager sans visa » tel est donc le dessein des populations au Maghreb qui se tournent vers les chaînes européennes, américaines et surtout françaises. En ce qui a trait aux populations immigrantes, le satellite permet de s'affranchir des milliers de kilomètres qui les séparent du pays d'origine et de prendre ainsi l'événement à sa source. Les paraboles permettent ainsi à l'immigrant « de construire son identité dans un rapport dynamique à la société d'origine et à la société d'accueil » (Boubeker, 1999 : 118). En somme, elles favorisent particulièrement pour les anciens de l'immigration, désignés désormais comme les *chibanis*⁷⁹ - « des repères quotidiens », et dressent un panorama du « cadre local des flux événementiels du monde entier », et pour d'autres, « elle fait le lien entre la télévision et le téléphone au *bled*⁸⁰ ».

À travers ce « tour du monde » des principales recherches menées sur la question des médias et de l'immigration, nous avons pu mettre en place une définition du transnationalisme. Ces diverses études ont contribué à l'édification de notre cadre conceptuel. À travers les diverses recherches et les études menées sur le sujet, nous avons pu délimiter au mieux nos intérêts de

⁷⁸ Ratiba Hadj-Moussa fait ici allusion à la parabole perçue par les islamistes en Algérie, durant les années 1990, comme « satanique » et désignée par les plus fondamentalistes à travers un jeu de mots : « paradiabolique »,

⁷⁹ En arabe, ce terme signifie « vieux » ou en traduction littérale « celui aux cheveux blancs ». Ce terme est employé en sociologie de l'immigration pour désigner les immigrés maghrébins de première génération vivant en France.

⁸⁰ Ce mot qui provient du mot arabe *bilad*, désignant le terrain ou encore le pays, est très souvent employé par les immigrants provenant du Maghreb afin de référer au pays d'origine.

recherche et, surtout, tenté de mettre en perspective l'originalité de notre propre recherche. Notre dessein n'étant pas de reprendre des études déjà menées en Europe ou aux États-Unis et de les substituer à un cadre québécois, nous avons donc tenu à apporter une contribution à ces recherches sur les publics diasporiques. Comme nous l'avons déjà précisé, au Québec et au Canada, la majorité des recherches qui se sont intéressées aux médias et aux minorités se sont surtout intéressées à la question de la représentation. La partie suivante nous permettra de souligner la place des immigrants – notamment arabes et musulmans dans les médias canadiens et québécois.

3.5 Les médias canadiens: aux « couleurs » du multiculturalisme?

La réflexion sur la consommation des médias au Canada et au Québec est animée par le souci d'une représentation équitable de la diversité culturelle. Pour George Gerbner une représentation juste et équitable des minorités se veut essentielle à la constitution d'une société multiculturelle saine et tolérante. Pourtant, plusieurs analyses viennent confirmer le maintien d'un écart considérable entre la réalité pluraliste et l'image offerte par les médias, notamment par une sous-représentation des minorités dans la presse ou encore à la télévision, ou à la radio.

Au Québec et au Canada, des audiences publiques liées à des Commissions d'enquête royale ou parlementaire, des rapports d'enquête et de recherche ont, en effet, relevé certains problèmes liés aux médias, notamment les médias francophones, en ce qui a trait à la sous-représentation ou mauvaise représentation, à l'inaccessibilité à l'emploi ainsi qu'à l'insensibilité aux communautés ethnoculturelles (Dupont et Niemi, 1993). Avec la diversification des sources d'immigration qui supposent des cultures et des langues différentes de celles qu'il a traditionnellement connues, le Québec et ses Institutions se doivent donc de trouver de nouvelles stratégies et des outils efficaces pour mieux gérer cette diversité. La multiplication des lois et politiques reflète deux phénomènes évidents, soit une représentation inadéquate de la pluriethnicité au sein des médias tant francophones qu'anglophones, et une préoccupation voire une pression de la part de plusieurs secteurs de la

société à l'égard de cette représentation inadéquate. Cette préoccupation qui n'est ni spécifique au Canada anglais, ni au Canada français, ou plus particulièrement au Québec.

Déjà en 1983, le Comité parlementaire sur la participation des minorités visibles dans la société canadienne a formulé l'observation suivante qui, même si elle vise le Canada en général, trouve aussi une correspondance au Québec :

Nous paraissions si standardisés dans les messages diffusés par les médias que les particuliers et les groupes y sont généralement présentés comme appartenant à un seul et même type de Nord-Américain. Les Canadiens originaires de l'Europe du sud ou de l'Est sont sous-représentés, moins au Canada qu'aux Etats-Unis cependant, et les minorités visibles sont pour ainsi dire (...) invisibles. Les médias sont loin de permettre aux Canadiens de se découvrir les uns les autres. Notre avant-gardisme dans le domaine des télécommunications risque de menacer notre identité en tant que peuple⁸¹.

C'est dans cet esprit que, près d'une décennie plus tard, la loi sur la radiodiffusion a vu le jour.

3.5.1 La loi sur la radiodiffusion

En 1991, le gouvernement canadien a défini les grandes lignes d'un « engagement formel » à refléter les diversités culturelles et raciales dans les programmatons radiophoniques et télévisuelles, et précise que l'industrie doit refléter cette même diversité dans ses politiques d'emploi à travers une « Loi sur la radiodiffusion ». Cette dernière soutient que la radiodiffusion canadienne doit « servir les aspirations des hommes, des femmes et des enfants canadiens, notamment l'égalité sur le plan des droits, la dualité linguistique et le caractère multiculturel et multiracial de la société canadienne, ainsi que la place particulière qu'y occupent les peuples autochtones ».

⁸¹ Cité dans le Rapport du Comité spécial sur la participation des minorités visibles dans la société canadienne, *L'égalité ça presse!*, 1984, page 102.

Ainsi, l'application de cette loi est assurée par le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC), qui a élaboré les lignes directrices que doit suivre l'industrie en ce qui concerne la diversité culturelle. Si le respect de ces directives est libre, il n'en demeure pas moins que le CRTC qui délivre les licences d'exploitation peut en refuser l'octroi ou le renouvellement aux stations qui ne se conforment pas à la loi.

Par exemple, en 1999, le CRTC a insisté sur la nécessité que les programmations télévisées canadiennes reflètent le caractère multiculturel du pays et précisé que les radiodiffuseurs auraient à démontrer, au moment du renouvellement de leur licence, un engagement et des initiatives spécifiques en faveur de la diversité culturelle. Il a ainsi révisé sa politique sur la radiodiffusion canadienne et recommandé la formation d'un groupe de travail ayant pour fonction d'examiner la représentation de la diversité culturelle à la télévision. Après consultation des radiodiffuseurs, producteurs et membres des communautés culturelles, le rôle du groupe de travail fut d'identifier les meilleures pratiques, d'aider à définir les enjeux, et enfin de proposer des solutions à l'industrie.

Ajoutons par ailleurs qu'en août 2001, le CRTC a demandé à l'Association canadienne des radiodiffuseurs (ACR) de coordonner ce groupe de travail, en tant que représentante des services de télévision privés conventionnels, des canaux spécialisés et de la télévision payante. L'ACR a soumis au CRTC en 2002 un plan d'action qui précise que l'industrie s'engage également à établir une liste de « pratiques exemplaires » dans le portrait des minorités, à la communiquer à l'ensemble de ses membres et à contrôler son application dans tout le Canada. La majorité des radiodiffuseurs privés (96 %) faisant partie de l'ACR, ils se doivent normalement d'adhérer aux trois lignes directrices suivantes :

- a. S'assurer d'une présentation équilibrée des différents points de vue ;
- b. S'abstenir de diffuser des images ou des propos offensants qui peuvent inciter à la haine ou au mépris en raison de la race, l'origine ethnique, la couleur ou la religion ;
- c. User de prudence dans l'emploi de langage offensant et de matériel stéréotypé.

Ces lignes directrices précisent également que l'engagement à la diversité culturelle doit se refléter dans la politique de recrutement et de formation du personnel. En théorie, à en juger par ces textes de loi, les médias canadiens sont tenus de refléter la diversité du pays mais en pratique, qu'en est-il concrètement ?

3.5.2 Quand les médias voient la vie en blanc

Depuis les années 1960, les recherches au Canada sur la relation entre les médias et les minorités se sont essentiellement consacrées à la question de la « représentation ». Ainsi, plusieurs études commandées par le Gouvernement canadien se sont penchées sur cette relation entretenue par les médias et les immigrants. Elles ont conclu que les stéréotypes ainsi que les images négatives des minorités dans les médias se perpétuent et que certaines catégories d'individus y brillent par leur absence (Karim, 1995).

Dans un pays multiculturel comme le Canada, où la population est composée à 13 % de minorités visibles, force est donc de constater, à travers ces études, la sous-représentation ainsi que la représentation stéréotypée voire souvent négative des minorités ethniques par l'industrie de l'information et du divertissement. Les médias proposent ainsi une image particulièrement uniforme de la société et, selon plusieurs analystes, présentent encore trop souvent les membres des minorités visibles voire « audibles⁸² » comme des « étrangers ».

Il semble donc que la sensibilité au dialogue interculturel ne soit pas un point fort des médias au Canada. « Cette non-visibilité, que plusieurs qualifient de discrimination par omission et exclusion, projette une image « blanchie », faussée et trompeuse de la collectivité québécoise », affirme Fo Niemi (1986 : 3). Et de préciser que « l'exclusion de tout caractère multiracial de nos communications ne peut être attribuée qu'à un genre d'ethnocentrisme et à un refus idéologique intentionnel de la part de la majorité d'accorder l'égalité aux Québécois de diverses origines ethniques et d'origine autochtone ».

⁸² Cette expression est fréquemment employée par les immigrants qui souhaitent montrer qu'au-delà de la visibilité dont ils font preuve, leur accent est aussi un aspect pris en considération au sein de la société québécoise.

Près d'une décennie après l'énoncé de ces conclusions par Niemi, les résultats des études sur la place des minorités dans les médias canadiens et québécois ne sont guère plus réjouissantes. Ainsi, en 1994, *Mediawatch* mena une étude sur la représentation des minorités ethniques dans les programmes de divertissements canadiens. Il en est ressorti que seulement 12 % des personnages masculins et 4% des personnages féminins étaient issus des minorités ethniques. Un constat qui montre que les minorités ethniques - et plus précisément les femmes - sont absentes des médias canadiens. Durant la même année, s'intéressant à la place des minorités dans l'information, Miller et Prince (1994) ont mené une étude qui a permis de souligner l'absence des minorités dans les informations. En ce sens, cette recherche a analysé les photographies et les reportages de six principaux journaux canadiens de Calgary, Montréal, Toronto, Vancouver, et Winnipeg. Sur 2 141 photographies publiées, seulement 420 représentaient des minorités ethniques dont 36% correspondaient à des photographies d'athlètes. De plus, seulement 14 % des 895 reportages publiés dans ces journaux représentaient des minorités. Dans la moitié des représentations de ces photographies, ces minorités étaient des artistes, des athlètes, quelques cas de personnalités qui ont « réussi » au Canada, ou encore des individus aux prises avec la justice. Selon le « Canadian Nation of Immigrants Project », la sur-représentation des immigrants dans les articles de journaux portent essentiellement sur le domaine du sport, du spectacle, et de la criminalité. Toutefois, comme le précise Minelle Mahtani (2001), la sous-représentation relative à l'univers politique ainsi qu'au monde des affaires est notoire.

Fleras (1994) souligne ainsi que même si la représentation des minorités est plus importante, il n'en demeure pas moins qu'il s'agit souvent de représentations folkloriques voire négatives. Il ajoute que les images des minorités dans les médias canadiens reposent sur « des stéréotypes ancrés dans des généralisations sans fondement qui tournent au comique, voire au grotesque » (Mahtani, 2001 :7). Des propos appuyés par les résultats d'une enquête menée en 1995 auprès de lecteurs issus des minorités par l'Association canadienne des journaux (Association canadienne des journaux, 1995). Cette dernière révéla que les membres des minorités ethniques et visibles jugeaient, pour la plupart, que les journaux canadiens les traitaient comme des « étrangers », confondaient à tort « crime, race et religion », et n'offraient qu'une couverture factice de leurs communautés.

Au sein des médias francophones, le constat n'est guère plus reluisant. Selon le rapport de Dupont et Niemi publié en 1994 intitulé *Les médias québécois et les communautés ethnoculturelles*, les personnages issus des minorités visibles présents dans les fictions québécoises, sont le plus souvent des personnages secondaires qui exercent des emplois peu rémunérés et pris dans des situations conjugales complexes. Ils y seraient aussi présentés de façon moins « héroïques et virils » que les « blancs ».

Par ailleurs, selon les résultats d'une étude menée conjointement par Danielle Bélanger et Serge Proulx du Centre d'étude sur les médias en 1996, les membres des communautés culturelles interrogés sur leur place dans les médias québécois, ont formulé le souhait de voir s'accroître la présence des communautés culturelles à l'écran. Ceci favoriserait une meilleure intégration sociale des immigrants et offrirait, par là même, une plus grande variété de modèles aux enfants issus des minorités. Ces individus ont aussi émis le désir de voir les téléromans traiter de thèmes qui les concernent davantage comme, par exemple, les difficultés rencontrées par les immigrants.

3.5.3 Les arabo-musulmans dans les médias canadiens et québécois

En ce qui a trait à nos intérêts de recherche - articulés autour des immigrants nord-africains à Montréal - nous avons porté notre intérêt sur les images des arabes et des musulmans dans les médias canadiens et québécois. Souhaitant préciser la place des arabo-musulmans, nous avons rapidement pu constater les carences en matière de recherches sur le sujet. L'étude de Rachad Antonius (2006) portant sur les « représentations médiatiques des Arabes et des musulmans au Québec » nous a néanmoins permis de prendre le pouls de la situation. En ce sens, dans son article, Antonius explique que les arabes et les musulmans de la Belle Province sont perçus essentiellement à travers deux types de préoccupations. Les premières sont liées à l'actualité internationale et aux inquiétudes qu'elle suscite, et les secondes reposent sur les revendications religieuses de plus en plus pressantes de la part de certains groupes musulmans au Québec, qui remettent en question la notion même de laïcité tenue jusque-là pour acquise. Des préoccupations qui auront, comme l'explique Antonius, mis

l'islam et les Arabes au cœur du discours médiatique à plusieurs reprises durant l'année 2006. Il explique ainsi qu'

En plus des conflits déjà en cours au Moyen-Orient (Palestine, Irak, Afghanistan), le débat sur la publication des caricatures de Mahomet, l'arrestation à Toronto de présumés comploteurs – tous musulmans « salafistes » engagés – qui souhaitaient, semble-t-il, commettre des attaques terroristes au Canada et une affaire d'accommodement que plusieurs ont estimé être « non raisonnable » dans une école de la rive sud de Montréal, auront étonné et inquiété bien des citoyens. La guerre au Liban, qui a ému par sa dimension humaine, n'a cependant pas amené une remise en question radicale des schèmes de lecture dominants de l'actualité proche-orientale dans les milieux politiques, et les médias ont donné beaucoup de place à la menace du « terrorisme islamique » que le Hezbollah était censé représenter (Antonius, 2006 : 254).

À travers tous ces événements, l'islam et les Arabes n'ont donc pas été présentés sous un jour favorable dans les médias. Une situation qui a su inquiéter la plupart des associations arabes et islamiques qui ont estimé que la couverture médiatique reflétait des préjugés, propageait des stéréotypes négatifs, et qu'elle incitait à des attitudes hostiles envers les Arabes, l'islam et les musulmans. Elles estiment aussi que cette tendance existe depuis longtemps, mais qu'elle s'est accentuée depuis les événements du 11 septembre 2001, opinion appuyée par plusieurs recherches universitaires. Pour de nombreux journalistes, ces événements n'ont pas été inventés. Ils précisent que leur travail se veut sérieux et professionnel, et que cette couverture médiatique reflète un grand souci de l'éthique journalistique ainsi qu'un respect des communautés musulmanes, et une fidélité aux faits.

En réalité, la réflexion sur les représentations de l'islam et de l'Orient n'est pas née d'hier. À ce sujet, l'œuvre d'Edward Saïd, datant de 1978, demeure une référence incontournable. « Orientalisme »⁸³, tel est le terme qu'Edward Saïd a choisi pour dépeindre le prisme à travers lequel l'Europe coloniale a observé le monde oriental. Antonius explique que « ce prisme fait percevoir les comportements politiques des peuples arabes et musulmans comme étant profondément déterminés par des caractéristiques immuables de leur culture, où l'islam

⁸³ En référence au titre de l'ouvrage d'Edward Saïd, *Orientalism*, traduit en français sous le titre *L'orientalisme : L'Orient créé par l'Occident*. 1980. Paris : Éditions du Seuil.

joue un rôle prépondérant » (Antonius, 2006 : 256). Il ajoute que ces particularités regroupent « l'irrationalité, le fanatisme, le machisme, la haine et la propension à l'usage de la violence, avec des spécificités en ce qui concerne les femmes : la soumission et le manque d'autonomie, par exemple ». En somme, ces comportements politiques des peuples arabes et musulmans seront lus et interprétés à travers cette grille. Pour étayer son argument, Antonius précise que pour accéder à la section sur le conflit israélo-palestinien sur le site Web de « Radio-Canada », il suffit de cliquer sur le lien qui a pour titre « La spirale de la haine ». Toutefois, à travers son étude, Antonius a pu constater qu'en ce qui concerne le conflit au Proche-Orient, le Québec se démarque du reste du Canada puisque les médias écrits francophones ont eu tendance à montrer plus de compréhension pour ces questions que leurs contreparties dans le reste du Canada. Pour les communautés arabes et musulmanes, les questions internationales représentent donc un double enjeu. D'une part, au niveau des stéréotypes où le processus semble assez clair : « si les causes de la colère arabe sont occultées, cette colère apparaît alors comme injustifiée et irrationnelle, renforçant ainsi l'un des stéréotypes orientalistes » (Antonius, 2006 : 256). D'autre part, les représentations médiatiques dominantes renforcent le sentiment, chez les Arabes et les musulmans, que leurs opinions ne comptent pas vraiment.

Le second type de préoccupation concernant les musulmans est celui de la lutte pour l'établissement d'une société laïque et égalitaire. Antonius (2006) explique qu'au Québec, ce sont précisément les musulmans, plutôt que les Arabes, qui sont la source des craintes, car les demandes d'accommodements, raisonnables ou non, sont en lien avec les pratiques religieuses associées à l'islam. À travers ses recherches, l'auteur a pu constater que dans la presse anglophone du Québec, représentée par *The Gazette*, il y a eu une attitude de sympathie à l'égard de ces demandes d'accommodements, attitude tout à fait contraire à l'hostilité dont fait preuve cette même presse quand il s'agit des droits des peuples musulmans sur la scène internationale. Par opposition, la presse francophone (qui fait preuve d'ouverture par rapport aux questions internationales) a des prises de position plutôt hostiles à l'égard des demandes d'accommodements. Ce qui reflète une conception conservatrice voire fondamentaliste de la religion musulmane. Il ajoute que

Les représentations médiatiques discutées ici ont un impact énorme, généralement sous-estimé, sur le sentiment d'appartenance et de dignité des citoyens et citoyennes issus des communautés musulmanes et arabes, toutes tendances confondues : conservateurs, pratiquants zélés ou tièdes, laïcs ou même athées. Corriger cette situation est un enjeu important dans la construction d'une société ouverte et inclusive. Cette assertion découle d'une analyse de contenu effectuée sur les grands quotidiens au Québec (Antonius, 2006 : 259).

La couverture médiatique des conflits au Proche-Orient et au Moyen-Orient, de la guerre en Irak (depuis 2003) et des tensions entourant le principe des accommodements raisonnables au Québec (en 2007) a donc contribué à maintenir et à renforcer les stéréotypes négatifs liés aux immigrants en général, au monde arabo-musulman, et au Maghreb en particulier.

Si les images des musulmans dans les médias canadiens et québécois sont le plus souvent emprunts de stéréotypes, il n'en demeure pas moins qu'il existe une émission mettant en scène des musulmans, réalisée par des musulmans, et qui ne se destine pas uniquement aux musulmans. Cette *sitcom* proposée par la télévision canadienne, *The Little mosque on the prairie*⁸⁴ et diffusée sur la chaîne anglophone canadienne CBC, raconte la vie d'une collectivité musulmane nouvellement installée dans un village agricole dans un coin reculé du Saskatchewan. Son projet est d'y établir une mosquée aux côtés de voisins emplis de préjugés qui n'ont retenu de la religion musulmane uniquement ce que les médias ont transmis depuis le 11 septembre 2001. En présentant la communauté arabo-musulmane au Canada, *La petite mosquée dans la prairie* a su attirer une grande partie des téléspectateurs arabo-musulmans, avec un regret néanmoins, celui d'être diffusée, dans un premier temps, en anglais uniquement.

En nous intéressant à cette émission, diffusée depuis le 9 janvier 2007 sur CBC, nous nous sommes questionnée sur les raisons qui ont fait que celle-ci ait été diffusée en langue

⁸⁴ La conceptrice de l'émission, Zarqa Nawaz, musulmane pratiquante, expliquait dans une interview accordée à CBC que depuis les attentats du World Trade Center « ce que l'on voit dans le 20h représente les musulmans uniquement sous l'angle des conflits ». Elle regrette que « cela crée une image unidimensionnelle d'une communauté très diverse » et précise son ambition de combattre les stéréotypes par le rire.

française en France, avant de l'être au Québec. En effet, cette *sitcom* est diffusée depuis le 14 juillet 2007 en décrypté sur Canal+ et a attendu le printemps 2008, soit près de neuf mois après sa première diffusion en français sur une chaîne française, pour être enfin présentée sur la télévision francophone canadienne de Radio-Canada. Il s'agit pourtant d'une émission canadienne mettant en scène des personnages vivant au Canada. Lors de nos entretiens, plusieurs répondantes nous ont d'ailleurs expliqué qu'elles auraient aimé « suivre » cette série qui a l'air si « drôle » et « qui parle des musulmans » mais que leur connaissance l'anglais ne le leur permettait pas.

Compte tenu de ceci, nous aimerions revenir sur la validité du portrait antérieurement dressé au sujet de l'emprise croissante des médias anglophones chez les immigrants du Québec (voir préambule, p. 9). Dès lors, nous pouvons nous demander s'il y a lieu de s'étonner de l'intérêt des communautés culturelles pour les programmes anglophones ? Concrètement quels sont les habitudes médiatiques des immigrants au Québec ? En quelle(s) langue(s) préfèrent-ils prendre connaissance des différents médias ? La langue est-elle réellement un frein à leur consommation des médias ? Autant de questions auxquelles nous tenterons de répondre au cours de la section suivante.

3.6 Pratiques médiatiques des immigrants

Ville cosmopolite par excellence, Montréal regroupe aussi la grande majorité des médias de masse québécois qui produisent les contenus médiatiques diffusés à travers la province. Mais comme le précisent à juste titre Dupont et Niemi (1993 : 4), « ces contenus qui visent surtout à attirer le plus grand nombre d'individus possible, s'adressent souvent à un public uniforme, composé d'une majorité québécoise « typique ».

Il existe [donc] un écart considérable entre la réalité multiethnique de la société québécoise et l'image qu'en donnent les médias. Toutefois, des expériences positives témoignent d'amélioration de la situation. Montréal et le reste du Québec constituent en regard des communautés culturelles, deux mondes différents et distincts⁸⁵.

⁸⁵ Conseil des communautés culturelles et de l'Immigration du Québec. Les communautés culturelles et les communications. Montréal : CCCIQ, 1986.

Comme le précisent Dupont et Niemi (1993), il semble donc exister deux Québec qui cohabitent avec plus ou moins de succès, soit le Québec des régions, essentiellement uni culturel (avec une présence des cultures autochtones, dans certaines régions), et le Québec de Montréal, de plus en plus pluriculturel.

Comme nous l'avons déjà souligné, au Québec, les écrans de télévision sont souvent beaucoup plus pâles que colorés. Inéluctablement, il y a donc des conséquences à tout cela.

On pourrait craindre que ces problèmes contribuent à élargir le fossé qui sépare la majorité francophone de ces communautés, et empêchent malheureusement le rapprochement interculturel et l'intégration harmonieuse des communautés que la société québécoise cherche tant à atteindre. Dans le contexte d'une société majoritairement francophone où la langue et la culture demeurent constamment vulnérables à la domination anglo-américaine, ce fossé divise davantage les Québécois et Québécoises, quelle que soit leur origine (Dupont et Niemi, 1993 : 4).

Dans ce cadre, la question de la concentration de la propriété des médias demeure une préoccupation centrale. Une inquiétude exprimée en 1970, lors de la publication du rapport *Mass media. The Uncertain Mirror* par le « Special Senate Committee on Mass Media⁸⁶ » s'interrogeait déjà : « Comment réconcilier la tendance des médias inscrits dans une logique de monopole avec les besoins d'une société de la diversité⁸⁷ ? ».

Qu'en est-il précisément ? Quelle est la place de la langue dans les médias mais aussi quel est le rôle des médias dans la préservation de la langue française ? Cette crainte de voir le public québécois se tourner vers les médias anglophones est-elle justifiée ? Afin de répondre à ces questions, nous nous sommes penchée sur une étude menée par Magali Dupont et Fo Niemi

⁸⁶ Cité dans « Mass media, the Uncertain Mirror, Report of the Special Senate Committee on Mass Media », page 4, volume I, Ottawa, 1970. Information extraite du rapport intitulé « Les médias québécois et les communautés ethnoculturelles : la position des entreprises de médias ». Sondage et analyse des opinions des dirigeants des grandes entreprises de médias écrits et électroniques au Québec. Par Magali Dupont et Fo Niemi, Février 1993, Montréal.

⁸⁷ Traduction libre. « How do you reconcile the media's tendency towards monopoly with society's need for diversity? »

en 1993⁸⁸. Elle s'attache à définir la langue dans laquelle les populations néo-québécoise et native reçoivent les médias.

3.6.1 Mise en contexte de l'écoute médiatique au Québec

Le milieu linguistique⁸⁹ des individus semble être déterminant dans le choix des médias francophones, anglophones et ethniques. Chaque milieu linguistique a des habitudes propres de consommation des médias. Si l'on s'attache au fait que la moitié des gens vivent dans un milieu parlant l'anglais, alors que 30% sont issus d'un milieu parlant français et 20% d'un milieu parlant la langue d'origine, cela peut expliquer la place privilégiée des médias anglophones auprès des immigrants. Dans un rapport du Ministère de la culture et des communications intitulé *les personnes issues de l'immigration : leurs pratiques médiatiques et leurs activités culturelles*, paru en mars 1999, on pouvait y lire « [les immigrants] consomment bien sûr des médias dans une langue qui n'est pas celle de leur milieu, mais le même phénomène existe dans le groupe des Québécois de la société d'accueil » (Ministère de la culture et des communications, 1999 : 34). Ce phénomène peut s'expliquer, en partie, par l'offre diversifiée des médias montréalais. Ainsi, comme le précisent les auteurs de ce rapport, « l'écoute de la télévision et de la radio se fait d'abord en français dans le milieu parlant le français, qui est aussi celui où l'écoute bilingue est la plus pratiquée ».

3.6.2 Les taux d'écoute : aperçu quantitatif

Au sein de la population adulte issue de l'immigration, le temps consacré à cette « fenêtre ouverte sur la monde » est, en moyenne, de dix-huit heures par semaine. Ainsi, la plupart des citoyens issus de l'immigration écoutent la radio et la télévision, mais dans une proportion un peu moindre que les Québécois de la société d'accueil. En ce sens, les personnes qui

⁸⁸ Même si cette étude peut paraître désuète de par l'année de sa réalisation, il n'en demeure pas moins qu'elle comporte de nombreux éléments fort pertinents pour notre recherche. De plus, il est à noter que les études de cette envergure sur cette question ne sont pas légion.

⁸⁹ Le milieu linguistique réfère au fait de parler, ou non, le français ou l'anglais si ce n'est à la maison, alors au travail ou à l'école s'il y a lieu ; le milieu parlant la langue d'origine comprend les personnes ne parlant ni français ni anglais dans chaque situation. On distingue ainsi trois milieux, soit celui parlant français, celui parlant anglais, et enfin le milieu parlant la langue d'origine la plupart du temps (groupe de personnes qui ne parlent ni le français ni l'anglais).

regardent la télévision sont un peu plus nombreuses chez les natifs (5%) que chez les personnes issues de l'immigration (2%). De plus, il appert que les 2/3 des citoyens issus de l'immigration sont abonnés au câble, leur donnant ainsi accès à un grand choix de canaux de télévision, notamment la télévision ethnique québécoise (TEQ), les réseaux américains et les canaux spécialisés. Il ressort aussi de cette étude que les citoyens issus de l'immigration consacrent deux fois plus de temps à l'écoute de programmes télévisés anglophones. Enfin, aussi bien dans la population issue de l'immigration que celle de la société d'accueil, le nombre d'heures consacrées à la télévision est plus élevé parmi les personnes les moins scolarisées que parmi celles qui le sont plus. Soulignons par ailleurs que les hommes et les femmes ont des habitudes d'écoute comparables.

3.6.3 La langue d'écoute

En ce qui a trait aux langues d'écoute, les membres des communautés culturelles sont radicalement différents des « Québécois de souche » qui se tournent d'abord vers les médias francophones et dont l'écoute est unilingue française dans 59% des cas. En effet, les immigrants consomment essentiellement des médias anglophones.

Comme nous l'avons déjà mentionné, l'écoute de la télévision se fait d'abord en français dans le milieu parlant français, qui est aussi celui où les gens font le plus une écoute bilingue (46%). Les habitudes d'écoute dans ce milieu se rapprochent beaucoup de celles observées dans la population de la société d'accueil. Dans le milieu parlant anglais, l'écoute de la télévision se fait surtout en anglais et 34% des individus font une écoute bilingue. La situation est plus diversifiée dans le milieu parlant la langue d'origine où la station ethnique est très populaire.

De plus, au sein de la population issue de l'immigration, on peut constater que les personnes parlant la langue d'origine sont plus nombreuses à ne pas regarder la télévision (10%) que celles des milieux parlant français et anglais (4%). Les personnes issues de l'immigration ont aussi expliqué lors de cette enquête qu'elles regardent le plus souvent au maximum trois chaîne de télévision. Ainsi, la première à être privilégiée par les personnes issues de

l'immigration est deux fois plus souvent anglophone que francophone (65% comparativement à 32%). Comme le précisent les chercheurs « cet écart selon la langue s'amenuise si la comparaison porte sur les trois stations les plus écoutées : 80% écoutent alors des stations anglophones, 57% des stations francophones et 11% des stations ethniques » (Ministère de la culture et des communications, 1999 : 22).

Aussi, on remarque que 43% des personnes n'écoutent que des stations anglophones, 19% que des stations francophones et 38% des stations de l'une et l'autre langue. Les téléspectateurs consacrent ainsi en moyenne, dix heures par semaine à l'écoute de stations anglophones, six de stations francophones et une à la station ethnique. Néanmoins, comme le précise cette enquête, entre 1994 et 1996, les personnes issues de l'immigration ont intégré davantage l'écoute des stations francophones, devenant ainsi une écoute un peu plus bilingue⁹⁰ au détriment surtout d'une écoute unilingue anglaise.

En ce qui a trait à l'âge, nous remarquons que parmi les personnes issues de l'immigration, l'âge ne s'associe pas au nombre d'heures d'écoute d'une manière linéaire. En ce sens, les jeunes de 18 à 24 ans ainsi que les aînés, âgés de 65 ans ou plus, regardent la télévision plus longtemps que les personnes d'âge intermédiaire. Peu importe leur milieu linguistique, les jeunes de 18 à 24 ans regardent davantage la télévision à la fois en français et en anglais comparativement aux personnes des autres groupes d'âge. Cette situation peut être vue comme l'une des conséquences de l'application de la loi 101 qui force les jeunes issus de l'immigration à recevoir l'enseignement en français. Par ailleurs, les jeunes des communautés ethnoculturelles, généralement très friands des comédies de situation vont, dans l'ensemble, favoriser les réseaux américains qui diffusent des émissions de divertissements. L'attrance pour ce type de contenus peut expliquer en partie la forte consommation des produits télévisuels d'expression anglaise chez les moins de 12 ans.

Leclerc et ses collaborateurs (1991) ont également relevé des différences importantes entre les communautés ethnoculturelles. Les répondants d'origine grecque, antillaise et chinoise

⁹⁰ Le bilinguisme faisant référence à l'usage des deux langues officielles du Canada.

regardent très peu la télévision en français alors que ceux d'origines créole et portugaise consomment très peu de télévision en anglais.

De plus, on peut noter que d'importantes relations existent entre la langue d'écoute de la télévision et de la radio. En ce sens, les personnes regardant fortement la télévision en français, en anglais ou dans une autre langue, écoutent abondamment la radio dans la même langue. C'est aussi dans cette même langue que les gens lisent le plus durant leurs moments de loisirs. En somme, la consommation des médias se fait dans une langue dominante par rapport aux autres. Aussi, dans le cas de la télévision comme de la radio, un certain nombre d'individus de chacun des groupes, quoique minoritaires, consomment des médias dans les deux langues. D'une manière comparable aux Québécois de la société d'accueil, la majorité des personnes issues de l'immigration lisent des quotidiens. On constate que la langue française domine largement dans le domaine de la lecture, le plus souvent limitée à une seule des deux langues officielles du Canada.

En ce qui a trait aux médias diffusant des programmes dans des langues autres que le français et l'anglais, soit les médias dit « ethniques », ils suscitent un intérêt certain malgré l'offre plus limitée, surtout en télévision.

3.6.4 Les médias ethniques

Les médias ethniques jouent un rôle prépondérant dans l'intégration des immigrants à la société d'accueil. Ils favorisent ainsi la mise en place d'un lien des minorités avec la culture d'origine tout en restant implantés dans le pays d'accueil. Ces médias ethniques s'adressent ainsi aux immigrants le plus souvent dans la langue d'origine ou encore dans la langue du pays d'accueil, et procurent de l'information sur la société d'accueil. On assiste ainsi à des débats d'idées mais surtout à des reportages sur des événements (fêtes, concerts) qui ont lieu au sein de la métropole québécoise et qui concernent les communautés culturelles. Selon Charles Husband (1994: 15), « nous avons besoin de médias minoritaires ethniques autonomes qui peuvent s'adresser à leurs propres communautés, qui peuvent produire un

dialogue entre les minorités ethniques et entre celles-ci et les audiences des communautés ethniques majoritaires⁹¹».

Au Canada, quatorze stations de radio sont entièrement consacrées à des communautés spécifiques, et soixante stations incluent des émissions destinées aux minorités ethniques dans leur programmation. Il existe également plus de deux cent-cinquante journaux représentant au moins quarante communautés culturelles différentes. À ces médias s'ajoutent les médias transnationaux reçus par satellite. En 1979, le CRTC a octroyé une licence d'exploitation à CFTM-TV, la première station de télévision multiculturelle du Canada. Installée à Toronto, elle diffuse une programmation en plusieurs langues et peut être reçue partout en Ontario. Deux stations semblables ont obtenu leur licence d'exploitation à Montréal et à Vancouver. Actuellement, cinq chaînes et services de télévision payante sont consacrés aux minorités ethniques au Canada et 44 services spécialisés numériques ont été autorisés à travers le pays. En 1999, le CRTC a accordé un permis d'exploitation à APTN (*Aboriginal Peoples Television Network*). Produit par et pour les communautés autochtones, le réseau leur fournit une programmation spécifique, capable de répondre en profondeur à leurs besoins et intérêts. La station espère aussi construire un pont avec les non-autochtones et contribuer ainsi à la diversité de la radiodiffusion canadienne. En ce qui a trait aux médias ethniques à destination des populations provenant du Maghreb, nous avons pu répertorier⁹² un hebdomadaire « Alfa », publié en français et en arabe ; un bimensuel « Atlas Montréal » publiée en français et en arabe. Il existe aussi un mensuel « Maghreb Observateur » qui a pour langues le français et l'arabe. Ces quotidiens que l'on trouve le plus souvent dans les commerces, et les associations fréquentées par les Algériens, Marocains, et Tunisiens de Montréal, sont composés de reportages, d'informations, de petites annonces et de nombreuses publicités. À ces journaux, s'ajoute la station de radio « CFMB AM 1280 » qui diffuse des programmes marocains et tunisiens, ainsi que la station de radio « CPAM AM 1610 » qui

⁹¹ Traduction libre. « We need autonomous ethnic minority media which can speak for, and to, their own community; ethnic minority media which can generate a dialogue between ethnic minority communities; and between these and dominant ethnic community audiences ».

⁹² Pour répertorier ces divers programmes, nous nous sommes appuyée sur les informations extraites du « Répertoire des médias de la région de Montréal ». Site consulté le 21 juin 2009 : <http://www.montreal.gouv.qc.ca/medias/RepertoireMedia.asp?region=Montreal>

propose « La Voix du Maghreb à Montréal ». Enfin, une émission télévisée destinée aux Maghrébins, « La caravane du Maghreb », est proposée sur la chaîne de télévision ethnique, CJNT.

Bien qu'ils n'occupent qu'une parcelle du temps de ceux qui les consomment, ces médias ethniques attirent essentiellement des individus dont la langue d'usage est le français. Les personnes provenant de ce milieu ont des habitudes de consommation des médias liée à la langue « qui ressemblent beaucoup à celles des Québécois de la société d'accueil à la différence que ces derniers se limitent un peu plus aux médias francophones » (Ministère de la culture et des communications, 1999 : 34). Le milieu parlant anglais s'avère être le moins diversifié quant à la langue de consommation des médias qui a lieu avant tout en anglais. La consommation bilingue y est plus fréquente que dans le milieu parlant la langue d'origine mais moins fréquente que dans le milieu parlant français. Le rapport du Ministère de la culture et des communications portant sur les pratiques médiatiques et les activités culturelles des immigrants au Québec (1999 : 34), conclut que « l'intérêt pour les médias ethniques se compare à celui du milieu parlant le français ». Une première caractéristique du milieu parlant la langue d'origine est une consommation des médias plus faible que celle des autres milieux. Ce milieu est sans doute le plus diversifié avec une consommation des médias partagée entre la langue d'origine, le français et l'anglais. Aussi, dans l'un ou l'autre milieu linguistique, la station ethnique intéresse particulièrement les personnes les moins scolarisées, ayant complété sept ans ou moins de scolarité.

Les médias ethniques occupent une place très importante dans ce milieu où les journaux ethniques sont beaucoup plus populaires que les quotidiens montréalais, la radio ethnique au moins aussi écoutée que la radio anglophone et la télévision ethnique plus populaire que dans les milieux parlant le français et l'anglais (Ministère de la culture et des communications, 1999 : 34).

On constate ainsi que le facteur linguistique constitue un enjeu majeur dans la consommation des médias. Les recherches se sont donc principalement axées autour de la question de la consommation des médias par les communautés culturelles du Québec et soulignent le fait que les milieux linguistiques jouent un rôle non négligeable dans le choix des médias. De plus, elles mettent en exergue la prédominance des médias ethniques au sein de milieux

s'exprimant essentiellement dans leur langue d'origine. Si ce type de médias remporte un franc succès auprès des immigrants installés au Québec, nous pouvons nous interroger sur la place occupée par les médias des pays d'origine reçus par satellite et Internet.

Les immigrants ont désormais la possibilité de compenser leur absence dans les médias des pays d'accueil par l'entremise de ce qu'Arjun Appadurai (1996) nomme les « médias diasporiques » permettant de les relier à leur pays, et leur culture d'origine. Ces médias qui, à l'image du cordon ombilical, permettent aux diasporas de préserver un lien avec la mère patrie. Comme nous l'avons précisé précédemment, de nombreuses études se sont penchées sur la place des minorités ethniques dans les médias canadiens et québécois ou encore sur la place des médias ethniques auprès des immigrants. Cependant, aucune recherche n'a, à notre connaissance, examiné la place des médias transnationaux reçus par satellite ou Internet au sein des foyers immigrants de la Belle Province. Dans cette première partie de notre étude, nous avons tenu à cadrer notre recherche à travers les principaux concepts qui s'y rattachent. Nous avons mis de l'avant le fait que notre recherche s'inscrit à la fois dans le cadre des études culturelles ou Cultural Studies, de l'anthropologie, et des théories de la réception active. La seconde partie de ce travail nous amène plus spécifiquement à notre « recherche sur le terrain », et par là même à la présentation des méthodes employées ainsi que les résultats qui en ont découlés. Avant cela, nous avons jugé utile voire nécessaire de présenter les caractéristiques historiques et socio-culturelles des diasporas algérienne, marocaine, et tunisienne, installés à Montréal. Le chapitre suivant en dresse donc un portrait laconique, certes, mais suffisant pour appréhender ces populations que nous avons choisi d'étudier.

CHAPITRE IV

LA CHALEUR DU MAGHREB AU PAYS DE L'HIVER

Au Canada, selon les statistiques, on constate ces dernières années une tendance significative de l'augmentation constante des immigrants provenant d'Afrique du Nord, notamment d'Algérie et du Maroc. La grande majorité de ces candidats à l'immigration a choisi le Québec comme lieu d'installation. Ainsi, plus de 87% des immigrants algériens au Canada vivent au Québec, cette part est de 82% pour les Marocains et 75% pour les Tunisiens⁹³. Dans un souci de rendre les résultats de nos enquêtes sur le terrain plus intelligibles, nous avons choisi de dresser une brève présentation de l'histoire de l'immigration maghrébine au Québec ainsi qu'un portrait socioculturel, démographique, et économique des populations algérienne, marocaine, et tunisienne.

4.1 Québec, un nouvel *eldorado* pour les Maghrébins

Si l'on a tendance à croire que l'immigration maghrébine musulmane au Canada prend sa source au milieu des années 1990, il est intéressant de noter que celle-ci date plus précisément de 1967, année de l'Exposition Universelle, avec l'arrivée de plusieurs Tunisiens qui obtiendront leurs statuts de résidents permanents. Près d'une décennie plus tard, durant les années 1980, de nombreux Marocains choisiront de poursuivre leurs études au Québec et de s'y installer définitivement. À cette époque, l'immigration maghrébine était surtout composée d'immigrants indépendants, de gens de métiers et de professionnels recherchés par le marché du travail. À cette catégorie d'immigrants sélectionnés s'ajoutaient les membres de

⁹³ Source : Statistique Canada, Recensement de 2001, compilation spéciale du MICC, site Internet : http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/pdf/com_maghrebine.pdf

la catégorie de la famille - les parrainés - et un certain nombre d'étudiants qui décidaient à la fin de leurs études universitaires de s'installer au Québec ou ailleurs au Canada. Néanmoins, l'arrivée des Tunisiens et Marocains au Québec ne marquera pas un tournant dans l'histoire de l'immigration maghrébine car, durant cette décennie (1970-1980), très peu de Maghrébins se sont installés au Québec. En effet, selon le recensement de 1996, seuls 2 225 Maghrébins ont résidé au Québec durant la période 1976-1980⁹⁴.

Jusque dans les années 1990, on ne peut donc pas véritablement parler de « vague migratoire maghrébine ». Il faudra attendre le milieu des années 1990 pour assister à l'arrivée massive de familles maghrébines au sein de la province francophone. Cette arrivée s'explique par trois événements majeurs venus marquer un tournant dans l'histoire de l'immigration nord-africaine. Le premier repose sur la fermeture des frontières françaises à l'immigration. Les Maghrébins qui avaient jusque-là pour habitude de migrer vers l'Hexagone, proche tant géographiquement qu'historiquement, ont dû se tourner, en raison de l'adoption par le Parlement des « lois Pasqua⁹⁵ » relatives aux conditions d'entrée et de séjour des étrangers en France, vers d'autres pays, tel que le Canada, plus ouverts à l'immigration. À ce facteur s'ajoute celui de la politique migratoire du gouvernement québécois qui a facilité l'installation de populations francophones au Québec. Enfin, le dernier facteur repose sur une

⁹⁴ Source Asal, Houda. 2003. *Le Québec, une destination privilégiée des migrants arabes au Canada. Évolution des flux, 1882-2002*. Mémoire de DEA, Université de Provence-Aix Marseille I.

⁹⁵ Du nom du ministre de l'Intérieur, Charles Pasqua, qui les a mises en place, ces lois renforcent en premier lieu le dispositif répressif visant à éloigner du territoire les travailleurs étrangers en situation irrégulière : allongement de la durée de rétention, limitation du pouvoir du juge auquel la loi ne laisse pratiquement plus d'autre choix, possibilité pour le préfet d'assortir la reconduite à la frontière d'une interdiction du territoire, restriction des catégories protégées contre l'éloignement, création d'une nouvelle modalité d'éloignement (la « remise » aux autorités d'un État membre de la Communauté Européenne). Une autre innovation des Lois Pasqua est de rendre le regroupement familial plus difficile, la délivrance de la carte de résident est subordonnée à de nouvelles conditions, les personnes entrées sur le territoire alors qu'elles étaient enfants se voient retirer la garantie de pouvoir y demeurer après leur majorité, les hypothèses de retrait ou de non-renouvellement des titres de séjour se multiplient.

page ensanglantée de l'Histoire de l'Algérie, la « guerre civile⁹⁶ » qui durant les années 1990 a conduit de nombreux Algériens à quitter le pays pour des raisons de sécurité.

4.1.2 Pourquoi le Québec?

Perçu comme un véritable *eldorado* par les Maghrébins, le Canada exerce une grande attraction. Nous avons d'ailleurs pu constater l'image de ce pays lors de nos discussions avec des individus en Algérie, au Maroc, et en Tunisie. Au sein de ces pays, le Canada est perçu comme un pays où l'économie est florissante, où l'on peut garantir un avenir à ses enfants, obtenir un véritable statut juridique, soit une citoyenneté. Sur cette question de la citoyenneté, nous avons pu constater toute son importance. Myriam Achimi Alaoui (2007) qui a mené une étude sur les exilés algériens en France et au Canada explique que la possibilité d'obtenir la citoyenneté canadienne est perçue par les immigrants algériens comme un « gain ». Elle est envisagée à travers les avantages qu'elle permet de cumuler sans impliquer de renoncement, alors que l'acquisition de la nationalité française, en raison du contentieux historique colonial entre les deux pays, implique un « coût » identitaire.

Le Canada, et plus particulièrement le Québec, exercent ainsi un attrait certain auprès des Maghrébins. Les amis, la famille qui y sont installés contribuent d'ailleurs à projeter l'image de la réussite et de la facilité. Lors de nos séjours en Algérie, nous avons d'ailleurs souvent pu entendre toutes sortes de « rumeurs » concernant l'installation au Canada, plus « facile » qu'en France. « Il paraît que lorsque l'on arrive au Canada, on est accueilli à l'aéroport avec un logement, et un emploi ». Cette « information » ne peut donc, selon nous, que contribuer à renforcer cette attraction. De plus, comme nous l'avons déjà mentionné dans notre préambule, les nombreuses publicités des consultants en immigration renforcent cette image du Québec à l'étranger et poussent ainsi les plus perplexes à franchir le pas. Ce phénomène

⁹⁶ Pour mémoire, cette guerre tragique « entre frères » a fait près de cent cinquante mille morts durant la décennie meurtrière de 1990.

est arrivé à un point tel qu'en 2004, 19 000 dossiers (représentant 34 000 personnes) étaient en attente de traitement au Maghreb⁹⁷.

Enfin, le choix du Québec comme terre d'installation s'explique par le fait que le Maghreb est un bassin francophone qui regroupe quelque 33,4 millions de francophones (64 % de Tunisiens, 57 % d'Algériens et 41,5 % de Marocains)⁹⁸. Le critère linguistique joue donc un rôle majeur dans le choix de la destination « Québec » pour ces migrants, et c'est ce facteur qui explique en grande partie l'importance de l'immigration en provenance d'Afrique du Nord dans la province. En outre, ayant pour objectif affiché d'augmenter les admissions de francophones dans la province, le gouvernement du Québec encourage cette immigration de diverses manières. En 2004, il a décidé qu'en 2005 et 2006 les Maghrébins seraient les plus nombreux à venir au Québec et qu'ils représenteraient jusqu'à 35% des 45 000 nouveaux arrivants durant cette période. Jeunes, francophones, et diplômés, tels sont les principaux traits de ces immigrants venus du Maghreb. Au-delà de ces trois composantes, qui sont ces Maghrébins installés au Québec?

4.2 Profil des Maghrébins au Québec

Pour les Maghrébins, la famille est au centre de la structure sociale. En ce sens, 65% des Maghrébins étaient donc mariés en 2001. Ce fort taux de mariage contribue à fixer cette population, et à en faire une immigration de peuplement et non de transit, ce qui représente pour le Québec un apport démographique non négligeable. De plus, il s'agit d'une immigration jeune - 70% des Maghrébins avaient entre 20 et 49 ans avec une forte proportion de la catégorie d'âge des 20-35 ans. Selon le recensement de 2001⁹⁹, le Québec était composé

⁹⁷ Article de Moisan, Mylène. 2004. « 19 000 Maghrébins attendent pendant que l'État encaisse des millions de dollars ». Le Soleil, 22 mars.

⁹⁸ Source : Bianchini, Laure *L'usage du français au Maghreb*, Constellations francophones, 2, 2007-12-20, http://publiforum.farum.it/ezone_printarticle.php?id=77

⁹⁹ Ces chiffres sont extraits des documents d'Immigration et communautés culturelles du Gouvernement du Québec.

de 17 545 individus provenant du Maroc, 13 545 d'Algérie, et 4320 de Tunisie, ou encore de 35 410¹⁰⁰ Maghrébins.

4.2.1 Les Marocains

L'immigration marocaine au Québec va débiter avec l'installation des Juifs séfarades, durant les années 1960-70, alors que la grande majorité d'entre eux étaient déjà partis s'installer en France et en Israël à la suite de l'indépendance des pays du Maghreb. L'implantation de la communauté marocaine musulmane dans la province francophone est relativement récente, et débute véritablement durant les années 1980. Néanmoins, la majeure partie de cette population (62,7 %) s'est installée au Québec après 1990. Lors du recensement de 2001, 17 545 personnes se sont déclarées d'origine ethnique marocaine. Pour 65,4 % d'entre elles, il s'agit d'une origine unique, alors qu'un peu plus du tiers ont déclaré des origines marocaines avec au moins une autre origine (soit juive soit berbère). La majorité des membres de la communauté marocaine est de la première génération, et par conséquent née à l'étranger. Les membres de cette communauté sont majoritairement de religion musulmane (63,8 %) et le quart (24,7 %) de confession religieuse juive.

Par ailleurs, la communauté ethnique marocaine compte proportionnellement plus d'hommes (53,1 %) que de femmes (46,9 %) et 40,2 % de ses membres sont âgés de 25 à 44 ans. Sur le plan de la scolarité, près du tiers des membres de la communauté, âgés de 15 ans et plus, détiennent un grade universitaire. En ce qui a trait à la langue, la quasi-totalité des personnes de la communauté marocaine connaît le français (95,6 %) qui demeure la langue la plus souvent parlée à la maison par 54,9 % des membres de cette communauté. De plus, 21,1 % des personnes parlent une autre langue que le français ou l'anglais à la maison. Enfin, La

¹⁰⁰ Si l'on se réfère aux chiffres du gouvernement québécois sur le nombre de Maghrébins installés au Québec, celui-ci est de 39 685. Cette différence de 4275 individus s'explique par le fait que les statistiques canadiennes incluent dans la population maghrébine les individus qui ont déclaré avoir une origine maghrébine avec au moins une autre origine ethnique. En ce qui a trait à notre recherche nous avons choisi d'inclure dans notre échantillon uniquement des individus qui ont une origine unique et provenant d'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie. Pour obtenir notre chiffre, nous avons donc additionné le nombre d'individus provenant de chacun de ces pays et ayant une origine maghrébine uniquement.

communauté marocaine se concentre essentiellement dans la région métropolitaine de Montréal (91,9 %).

4.2.2 Les Algériens

Peu étudiée car il s'agit d'un phénomène récent, l'immigration algérienne est devenue, en dix ans, l'une des plus importantes au Québec, arrivant parmi les dix principaux pays sources d'immigration. Durant les années 1970-1980, la majorité des immigrants algériens étaient nés en France et provenaient donc essentiellement de l'Hexagone¹⁰¹. Cette situation explique qu'il s'agit essentiellement d'une population composée de pieds-noirs.

Pays d'émigration reposant sur une longue tradition datant du début du siècle, l'Algérie s'est longtemps tournée vers la France. Il faudra d'ailleurs attendre 1988¹⁰², puis 1996, pour voir au Canada le nombre de migrants en provenance d'Algérie réellement augmenter. Le contexte politique et social algérien permet d'expliquer pour l'essentiel cette croissance des flux migratoires en direction du Canada. Le climat de violence conjugué à la crise économique et à l'absence d'espoir quant à l'avenir des enfants ont ainsi poussé de nombreux Algériens à fuir, à s'exiler ou encore à obtenir un statut de réfugié. Ainsi des cadres, des fonctionnaires, des artistes, des journalistes, des militants et un nombre important de femmes ont choisi de s'exiler tout d'abord en France. Mais la politique de restriction des visas a découragé une grande partie d'Algériens à y émigrer et à se tourner vers le Québec.

Lors du recensement de 2001, 13 545 personnes se sont déclarées d'origine ethnique algérienne. Il s'agit d'une origine unique pour trois membres sur quatre de cette communauté. La majorité (79,3 %) des membres de cette communauté, en incluant les résidents non permanents, sont nés à l'étranger. Les deux tiers de cette population se sont installés au Québec depuis 1996. Par ailleurs, la majorité des membres de la communauté algérienne (94,4 %), âgée de 15 ans et plus, est de la première génération, donc née à l'étranger. Environ

¹⁰¹ Source Asal, Houda (2003).

¹⁰² L'année 1988 a été marquée par un autre événement sanglant, « Octobre 1988 ». Des émeutes ont secoué l'Algérie du 4 au 12 octobre 1988, réprimées par l'armée, et ont entraîné des centaines de victimes.

le tiers des membres de la communauté algérienne est âgé de moins de 15 ans, alors que 46 % sont âgés de 25 à 44 ans. Cette communauté compte plus d'hommes (55,5 %) que de femmes (44,5 %). De plus, au sein de cette communauté, trois personnes sur cinq sont légalement mariées et non séparées. Aussi, la majorité des Algériens du Québec est de confession musulmane (84,1 %).

En ce qui a trait à la langue, la quasi-totalité (97,7 %) des membres de la communauté algérienne connaît le français, tandis que moins de la moitié parle anglais. Le français est la langue parlée le plus souvent à la maison par la majorité des membres de cette communauté (59,1 %). Près d'une personne sur cinq (19,5 %) parle une autre langue que le français ou l'anglais à la maison et 19,6 % de cette population parle le plus souvent plus d'une langue. Sur le plan de la scolarité, plus de deux personnes sur cinq, âgées de 15 ans et plus, détiennent un grade universitaire, ce qui représente près de trois fois la proportion observée dans l'ensemble de la population québécoise (14 %). Enfin, la région administrative de Montréal regroupe 81,5 % des membres de cette communauté.

4.2.3 Les Tunisiens

Comme nous l'avons souligné précédemment, l'histoire de l'immigration tunisienne au Québec débute en 1967. Si cette immigration s'est mise en place relativement tôt, il n'en demeure pas moins qu'elle n'a jamais réellement pris son envol. Ainsi, la communauté tunisienne, en comparaison des communautés algérienne et marocaine, est quasi inexistante. Nous avons d'ailleurs pu constater son absence dans les recherches menées sur les maghrébins au Québec. Il nous a d'ailleurs été difficile d'obtenir davantage d'informations sur cette communauté. Nous pouvons néanmoins préciser que lors du recensement de 2001, 4 320 personnes se sont déclarées d'origine ethnique tunisienne. Pour 70,3 % d'entre elles, il s'agit d'une origine unique, alors que 29,7 % ont déclaré une origine tunisienne avec au moins une autre origine. La majorité de cette communauté (84,2 %) s'est installée au Québec après les années 1980. Par ailleurs, 84,8 % des membres de cette communauté, âgés de 15 ans et plus, sont de la première génération, donc nés à l'étranger. La communauté tunisienne compte plus d'hommes (62,4 %) que de femmes (37,6 %). De plus, cette population présente

une structure d'âge relativement jeune puisque 46 % des personnes ont moins de 25 ans et seulement 11,7 % sont âgées de 45 ans et plus. Là encore, les membres de la communauté tunisienne sont essentiellement de confession musulmane (83,0 %).

En ce qui a trait à la langue, la quasi-totalité (96,6 %) des membres de la communauté tunisienne connaît le français. Un peu plus de la moitié (52,8 %) des personnes de cette communauté parlent le français le plus souvent à la maison. De plus, comme pour les communautés algérienne et marocaine, la population d'origine tunisienne présente un profil plus scolarisé que l'ensemble de la population québécoise puisque 41,1 % détiennent un grade universitaire. Enfin, la communauté d'origine tunisienne se concentre essentiellement dans la région métropolitaine de Montréal (88,3 %).

4.3 Insertion socio-économique des Maghrébins

S'intéresser à l'intégration des immigrants revient à se pencher sur leur insertion socio-économique. À travers nos entretiens, nous avons pu constater la nécessité pour ces immigrants d'obtenir un emploi pour pouvoir s'intégrer à la société d'accueil. Pourtant, malgré leurs compétences, leurs qualifications professionnelles, leurs diplômes, ainsi que leur caractère francophone, les Maghrébins comme d'autres « minorités visibles » peinent à s'insérer sur le marché du travail. En février 2007, on a ainsi pu constater son taux de chômage « anormalement » élevé en comparaison de celui de la population en général au Québec. Durant l'année 2006, alors que le taux de chômage de la population en général au Québec était de 7%, les données de Statistique Canada indiquaient que celui des personnes immigrantes originaires d'Afrique du Nord (âgées de 25 à 54 ans) était de 27,9 % pour les personnes arrivées au Québec entre 2001 et 2006 et de 18,7 % pour les personnes arrivées entre 1996 et 2001. Comme l'a souligné Christel Le Petit de Statistique Canada, « aucun groupe n'a une situation aussi peu enviable au Canada¹⁰³ ». De nombreux leaders d'opinion issus de cette communauté se sont ainsi questionnés sur « la crédibilité d'une société qui souhaite la francisation des immigrants non-francophones alors que les Maghrébins – francophones à très grande majorité - ont un taux de chômage aussi élevé. Des études

¹⁰³ Informations extraites du quotidien *La Presse* du 14 février 2008.

antérieures ont permis d'avancer que la non-reconnaissance des diplômes et de l'expérience acquise à l'étranger ainsi que le manque de connaissance des deux langues officielles justifient aussi, en partie, ce taux de chômage plus élevé.

On a donc pu constater que le gouvernement canadien encourage l'immigration de professionnels et d'universitaires qualifiés alors même que le marché du travail reste relativement fermé aux nouveaux arrivants pour des emplois qualifiés et bien rémunérés. Aux obstacles concernant les diplômes et l'expérience acquis à l'étranger, s'ajoutent des obstacles qui touchent plus particulièrement la communauté arabe et musulmane dont font partie les Maghrébins, soit le refus d'embaucher des femmes voilées et les représentations négatives des Arabes depuis les événements du 11 septembre 2001. Selon les analyses menées sur cette question, ces situations ont induit au Québec un climat favorable au renforcement de pratiques discriminatoires envers les Arabo-musulmans. Comme le précisent Lenoir-Achdjian et al. (2009 :5),

Nous avons assisté [d'une part] à un raffermissement des préjugés associant islam, islamisme et terrorisme, intégrisme religieux et intégrisme politique, islam et rigidité culturelle, islamisme et antiaméricanisme ; d'autre part, nous avons vu s'installer une opposition entre le monde musulman - perçu comme un espace où l'on prône la domination de la religion sur la sphère politique ainsi que celle des hommes sur les femmes - et l'Occident - qui valorise la séparation de l'État et de la religion, et l'égalité entre les sexes.

Toutes ces difficultés font en sorte que ces immigrants éprouvent de la déception face à leurs attentes premières. Ils se rendent souvent bien compte d'avoir trop idéalisé leur pays d'accueil et que, par conséquent, leurs attentes étaient trop élevées. Pour répondre à toutes ces difficultés que nous venons de citer, le gouvernement québécois a mis en place un certain nombre de « mesures pour renforcer l'action du Québec en matière d'intégration en emploi des immigrants pour enrichir le Québec¹⁰⁴ ». Elles stipulent que le nouvel arrivant doit s'engager activement en vue de s'adapter au marché du travail québécois et que le

¹⁰⁴ « Intégrer mieux, une réponse spécifique aux besoins des Québécois originaires du Maghreb ». Mars 2008, Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles. <http://www.micc.gouv.qc.ca/publications/fr/mesures/Mesures-Integration-BrochureMaghreb2008Maghreb.pdf>

gouvernement du Québec, pour sa part, doit mettre en place des conditions qui favorisent l'ouverture à la diversité et permettent la pleine participation des personnes immigrantes, notamment à la vie économique. Le gouvernement s'engage ainsi à lutter contre le racisme et la discrimination et à répondre à quatre objectifs majeurs énoncés comme suit : a) Favoriser l'ouverture de la société québécoise à la diversité ; b) Accélérer l'insertion en emploi des immigrants ; c) Mobiliser et agir ; d) Assurer une meilleure réponse aux besoins de main-d'œuvre des employeurs.

Ces mesures prises par le Gouvernement tendent donc à permettre aux personnes sélectionnées dans les pays du Maghreb d'être soutenues avant même d'arriver au Québec afin d'amorcer certaines démarches facilitant leur intégration subséquente à la société québécoise. Ainsi, ces populations devraient voir leur insertion professionnelle s'accélérer et vivre moins de difficultés que les personnes immigrantes qui les ont précédées. Ces décisions ont donc pour dessein d'améliorer la vie des futurs immigrants en provenance d'Afrique du Nord. En attendant, les individus qui sont déjà installés au Québec témoignent de leurs difficultés et les récits de nos répondants en font d'ailleurs écho. Nous pouvons donc nous demander si la mise en place de ces mesures n'intervient pas tardivement et si, à travers elles, on ne cherche pas, comme le dit le vieil adage kabyle, à cacher le soleil avec un tamis.

CHAPITRE V

LES CHAÎNES DE TÉLÉVISION ARABES SUR ORBITE :

GENÈSE ET ATTRIBUTS

Après avoir pris le pouls de la situation des Maghrébins installés au Québec, et avant de développer plus spécifiquement la question de leur consommation médiatique, nous avons jugé utile, voire nécessaire, de préciser dans ses grandes lignes, le système télévisuel arabe du Maghreb et du Moyen Orient. Il s'agit de décrypter, à travers ce chapitre, les motivations politiques et économiques à l'origine de ces médias transnationaux, afin de rendre compte de leurs spécificités culturelles et idéologiques. De plus, il nous semble pertinent de présenter les chaînes de télévision arabes reçues par satellite ou Internet au Québec. Au terme de ce chapitre, nous dressons un portrait sommaire de leur contexte d'émergence ainsi que les principales chaînes mises à la disposition des publics diasporiques au Québec.

5.1 Le projet médiatique panarabe

C'est dans le contexte de revendication d'un nouvel ordre mondial de la communication qui a eu un écho considérable auprès des États arabes qu'est né le projet ambitieux de mettre en place un système de satellite panarabe. L'adhésion des pays arabes aux principes du NOMIC précisa leur volonté de mettre en place une instance commune en matière audiovisuelle dont Arabsat (Guaaybess, 2005).

En ce sens, dans le cadre d'accords de coopérations interarabes, les États arabes souhaitaient « mener un combat » contre toute ingérence étrangère en matière d'information et, par là même, mettre en place des moyens permettant de fortifier leur puissance médiatique. À la suite de leur défaite dans la guerre des Six-Jours¹⁰⁵ qui les opposa à Israël en 1967, est née une volonté commune des pays arabes d'édifier un système audiovisuel commun. Comme l'exprime Guaaybess, « le choc [de cette défaite] fut tel » que le Conseil des ministres de l'Information des pays de la Ligue arabe se réunit en Tunisie du 27 au 30 septembre 1967, « afin de réfléchir à une stratégie commune en matière d'information » (Guaaybess, 2005, p.36-37). Et d'ajouter que l'impact psychologique de cette débâcle fut en grande partie causé par l'influence de la radio égyptienne « la Voix des Arabes », alors très populaire dans la région arabe. En effet, cette radio qui avait pourtant promis la victoire à la « Nation arabe » avait mené durant cette guerre une campagne de propagande fondée sur une supposée puissance militaire de la Ligue arabe, faisant espérer une glorieuse victoire à ses millions d'auditeurs arabophones. On évoqua donc pour la première fois au sein du Conseil des ministres de l'information de la Ligue arabe l'idée de tirer profit de la technologie du satellite pour mettre en place un système de communication panarabe.

Cette technologie moderne pouvait servir, conformément aux discours, à contrer l'information des pays tiers. Elle devait surtout encourager le développement social. L'un des indicateurs situant les pays arabes parmi les pays du Tiers-Monde reposait sur le taux moyen d'analphabétisme évalué alors à 70% dans la région. Ce taux globalement élevé représentait un frein au processus de développement et devint ainsi un fondement de la planification du secteur de la communication.

¹⁰⁵ *La guerre des Six Jours* opposa, du 5 au 10 juin 1967, Israël à une coalition - la Ligue arabe - formée par l'Égypte, la Jordanie, la Syrie et l'Irak, ainsi que des troupes venues du Liban. Cette guerre fut déclenchée comme une attaque préventive d'Israël contre ses voisins arabes, à la suite du blocus du détroit de Tiran aux navires israéliens par l'Égypte le 23 mai 1967. Au soir de la première journée de guerre, la moitié de l'aviation arabe fut détruite. Et au soir du sixième jour, les armées égyptiennes, syriennes et jordaniennes furent défaites. En moins d'une semaine, Israël a ainsi triplé sa superficie : l'Égypte a perdu la bande de Gaza et la péninsule du Sinaï, la Syrie a été amputée du plateau de Golan et la Jordanie de la Cisjordanie et Jérusalem-Est.

C'est donc sous la responsabilité de la Ligue arabe et afin de répondre à ces principes que l'on décida de s'équiper du premier système de satellite arabe. On espérait ainsi offrir un même programme à tous les Arabes, et ériger un Arabvision à l'instar de l'Eurovision¹⁰⁶. Mais la réalité fut loin de cette ambition. Car au-delà des difficultés d'ordre technique et financier rencontrées par ces pays, soulignons que les télévisions publiques nationales¹⁰⁷ arabes, « jalouses de leur hégémonie sur leur territoire » (Guaaybess, 2005 : 37-38) acceptaient difficilement la transmission de programmes exogènes, même s'ils étaient aussi arabes. D'autres expériences aboutirent aux mêmes résultats. Ainsi, le premier de ces projets qui associait les pays du Maghreb composés de l'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie - fut *Maghrebvision*. Créée en 1966, cette organisation devait promouvoir les échanges de programmes ainsi que la coopération technique ; l'Arabie Saoudite en fut la principale source de financement. Cependant, les divergences politiques - notamment en 1975 avec le conflit entre le Maroc et l'Algérie en raison du Sahara occidental¹⁰⁸ - ralentirent cette union et, par là même, son action.

Plus tard, en 1969, l'Union de radiodiffusion des États arabes (ASBU) - organisation intergouvernementale - fut créée et représenta la première balise d'un programme audiovisuel arabe hors du commun. Il fut ainsi décidé qu'un satellite panarabe serait mis au point, et servirait à diffuser des programmes communs de développement et d'alphabétisation,

¹⁰⁶ L'Eurovision se veut un système d'échange de programmes dépendant de l'Union européenne de radiodiffusion.

¹⁰⁷ Pour mémoire, les télévisions arabes ont été créées avant et après les indépendances entre la fin des années 1950 et le début des années 1970; l'Algérie et l'Irak mettent en place leurs télévisions en 1956, le Liban en 1959, la République arabe unie (Égypte et Syrie) et le Koweït en 1960, le Maroc en 1961, le Yémen du Sud en 1964, un an plus tard, l'Arabie Saoudite et la Lybie en 1968, les Émirats Arabes Unis en 1969, le Qatar en 1970, el Bahreïn en 1972, Oman en 1974 et enfin le Yémen du Nord en 1975.

¹⁰⁸ Pour rappel, cette ancienne colonie espagnole qu'est le Sahara occidental n'a toujours pas de statut définitif sur le plan juridique. Plus de trente ans après le départ des Espagnols en 1976, ce territoire est en proie à un conflit reflétant à la fois la lutte de certains Sahraouis pour leur indépendance et la rivalité hégémonique du Maroc et de l'Algérie dans cette région. Devenu un enjeu global, le dossier saharien empêche la création de l'Union du Maghreb arabe (UMA). Le territoire est revendiqué à la fois par le Maroc - qui l'appelle « Sahara marocain » - et par la République arabe sahraouie démocratique (RASD), fondée par le Front Polisario en 1976. Soutenu par l'Algérie, c'est un mouvement dont l'objectif est l'indépendance totale du Sahara occidental. Depuis le cessez-le-feu de 1991, le Maroc contrôle et administre environ 80 % du territoire, tandis que le Front Polisario en contrôle 20%.

transmettre des données, encourager les échanges d'information et de programmes télévisuels, permettre à la région de recevoir en direct les grands événements, et, enfin, rapprocher les régions géographiquement reculées.

Devant l'échec du *Maghrebvision*, on décida alors de fonder le *Golfevision* en 1977 à Riad en Arabie Saoudite. Celui-ci regroupa les Émirats Arabes Unis, le Bahreïn, l'Arabie Saoudite, l'Irak, Oman, le Qatar, et le Koweït. Le dessein de cette organisation, émettant grâce au satellite européen « Eutelsat », reposait sur l'échange des bulletins quotidiens d'information de l'Eurovision. Mais, comme pour le *Maghrebvision*, les échanges entre ces pays du Golfe furent limités.

Le 8 février 1985, fut lancé le premier satellite Arabsat par Ariane III. La navette spatiale américaine *Discovery*, avec à son bord le prince saoudien Sultan Ibn Abdel'Azziz, lancera le second satellite le 17 juin de la même année. Comme le souligne Guaabyess, avec le recul nécessaire, on peut considérer la présence du prince saoudien dans la navette comme un indice de la future ascension des Saoudiens dans l'espace médiatique arabe¹⁰⁹.

Perçu, à l'origine, comme un outil en faveur du développement social, il avait pour vocation affichée de rétablir les flux inégaux de communication entre les pays occidentaux et les pays de la région arabe, composante du Tiers-Monde. Cependant Arabsat¹¹⁰ sera intégré dans un réseau qui le dépasse pour devenir, par la suite, un satellite parmi d'autres, c'est-à-dire un vecteur de diffusion de programmes audiovisuels, soumis à des intérêts économiques, politiques et culturels plus nationaux que régionaux, s'éloignant de l'objectif initial (Guaaybess, 2005 : 24).

¹⁰⁹ L'organisation arabe des communications spatiales (ASCO), fondée par la Ligue arabe en 1976, est la principale station de contrôle du satellite. À partir de son siège, elle a pour dessein d'apporter une aide technique et matérielle aux États arabes. La seconde station de contrôle sera installée en Tunisie. Ces deux stations furent supervisées par une équipe de techniciens français dirigée par l'Aérospatiale de 1984 à 1987.

¹¹⁰ Arabsat couvre alors une zone d'émission de 13 millions de km² comprenant l'Afrique de l'Ouest, du Centre et de l'Est, le sud de l'Europe, la Turquie, l'Iran et une partie du Pakistan et de l'ex-union Soviétique.

5.2 Les télévisions arabes aujourd'hui

Depuis leurs débuts dans le milieu des années 1990, les télévisions arabes¹¹¹ n'ont cessé de se multiplier. Au lendemain de la guerre du Golfe est apparue une course effrénée à la concurrence, à l'égalitarisme ainsi qu'à l'homogénéisation. On a ainsi vu émerger une pléthore de chaînes arabes transfrontières. Pour Samy Ghorbal (2003), journaliste à la rédaction de l'hebdomadaire « Jeune Afrique »,

En forçant à peine le trait, on pourrait presque soutenir que la télévision est, avec le terrorisme, le seul domaine dans lequel le monde arabe ne soit pas à la traîne. La démocratisation de l'accès aux antennes paraboliques, moyen imparable pour capter les images venues d'ailleurs et pour contourner la censure, a marqué le point de départ de la spectaculaire mutation du paysage télévisuel arabe¹¹².

Transmis en nombre grâce à la mondialisation des échanges ainsi qu'à l'essor des nouvelles technologies, les médias arabes sont diffusés à travers le monde. En octobre 2006, on comptait plus de 250 chaînes de télévisions cryptées et payantes ou publiques ou parapubliques gratuites accessibles via *Arabsat* ou *Nilesat* (le tableau A.1 présenté en appendice A en dresse un panorama). Celles-ci ont une triple vocation. Tout d'abord, celle de véhiculer des images imprégnées des valeurs et de la culture arabo-musulmane. Puis, particulièrement pour les télévisions du Maghreb, celle de rejoindre leurs ressortissants vivant à l'étranger. Enfin, en ce qui a trait au pays du Golfe, celle de faire des télévisions arabes - au même titre que la manne pétrolière - un moyen lucratif, voire un enjeu de pouvoir. Comme le précise Dina El-Khawaga (2003 :17),

¹¹¹ Si une chaîne arabe est perçue comme telle en fonction de la langue utilisée, il est à noter qu'une chaîne est aussi désignée comme « arabe » si plus de la moitié de son capital est détenu par des opérateurs arabes. En ce sens, la chaîne égyptienne Nile TV qui - même si elle diffuse des programmes en anglais - est une chaîne arabe dans la mesure où ses capitaux sont égyptiens. En somme, une chaîne sera dite arabe si elle s'adresse prioritairement à une audience arabophone en langue arabe ou/et si son capital appartient majoritairement à un acteur ou à un groupe d'acteurs arabes.

¹¹² Extrait de l'article *Le Maghreb des paraboles* publié le 21 septembre 2003 sur le site http://www.jeuneafrique.com/jeune_afrique/article_jeune_afrique.asp?art_cle=LIN21093lemagseloba0

Les États [arabes] érigent la technologie satellitaire nouvellement acquise comme preuve de modernisation et d'ouverture politique et culturelle, voire comme un nouvel outil de défense de la sécurité nationale. Les forces politiques dites d'opposition, longtemps privées d'un accès au grand public national et régional, se sentent soudainement munies d'un moyen efficace d'expression et de visibilité publique. Les grandes fortunes pétrolières y identifient un réseau où se conjuguent - à moyen et long terme - rentabilité et influence politique. Les professionnels des médias, surtout audiovisuel, deviennent des biens précieux sur un marché en plein essor et voient leurs salaires se multiplier par cinq ou dix en passant des chaînes hertziennes aux programmes et émissions satellitaires.

Afin de préciser leur place dans l'univers médiatique international, et par là même de s'adresser à un plus large public, la plupart de ces *nouveaux muezzins du monde arabe*¹¹³ utilisent la langue arabe ainsi que des variations de l'arabe moderne comme vecteur de communication. Les productions télévisuelles du Moyen-Orient et du Maghreb emploient ainsi essentiellement l'arabe classique, et près de 17% des productions, usent des dialectes arabes nationaux.

5.2.1 La langue

Dans le monde arabe, les dialectes varient d'un pays à l'autre, et, de manière générale, les membres de la communauté arabe comprennent l'arabe classique moderne, véhiculé essentiellement par les médias écrits et audiovisuels. Cette langue permet ainsi de fédérer un public plus large même si un Maghrébin aura plus de capacité à comprendre un Oriental que le contraire.

Aux côtés de la langue arabe qui est commune à ces pays arabes, ces derniers ont aussi adopté l'anglais ou le français, dépendamment de la langue utilisée par l'« ancien colonisateur ». En somme, le français est employé au Maghreb, anciennes colonies françaises, tandis que l'anglais est plus répandu au Moyen-Orient, davantage marqué par la présence britannique. Même si dans les pays du Maghreb le français demeure la deuxième

¹¹³ Cette expression se réfère au titre d'un article intitulé *Al-Jazira et internet, les nouveaux muezzins du monde arabe?* paru sur Internet. Source http://www.café-geo.net/article.php3?id_article=844. En employant le terme « muezzins », l'auteur de l'article, Flavie Holzinger, fait un subtil jeu de mot puisque ce terme turc *müezzin*, lui-même de l'arabe *mu-aḍḍin*, fait référence au membre de la mosquée chargé de lancer l'appel à la prière (*adhan*).

langue après l'arabe, il est à noter que le Liban, anciennement tourné vers la langue française, privilégie aujourd'hui la langue de Shakespeare. Comme le précise Mohammed El Oifi lors d'un débat sur les médias arabes (2006),

La caractéristique du champ médiatique arabe est qu'il se compose de trois niveaux. Le premier niveau est national. Le second est international : depuis 1939, la BBC émet en arabe et jusqu'en 1967, elle y était le média dominant. Le troisième niveau, plus caractéristique, est le niveau transnational. Il s'agit de chaînes de télévision, de journaux et de radios, lancés par un pays arabe, grâce à des capitaux privés ou publics, mais destinés à émettre dans l'ensemble des pays arabophones. C'est le cas d'*Al-Jazeera* dont on a tendance à omettre que c'est une chaîne qatarie. Sa crédibilité s'explique par cette volonté de ceux qui l'ont créée de « créer » une voix arabe.

Au-delà des divergences relatives à l'aspect linguistique, il est à noter que ces chaînes arabes se répartissent en deux groupes, soit les chaînes de télévision du Maghreb, et celles du Moyen-Orient. Dans les sous-sections suivantes, nous présenterons leurs principales caractéristiques.

5.2.2 Les chaînes de télévision au Maghreb

Les chaînes de télévision du Maghreb sont nées au lendemain de l'indépendance de l'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie¹¹⁴. Cependant, il faudra attendre les années 1990 pour que ces pays placent leurs chaînes sur orbite. Tout comme l'Algérie, la Tunisie lancera sa première chaîne sur le satellite, TV7, en 1992. L'Algérie a d'abord placé sur orbite sa chaîne principale terrestre à savoir l'ENTV¹¹⁵, devenue Canal Algérie. Puis, en 2001, l'Algerian Third Channel, destinée aux ressortissants algériens à l'étranger et aux pays arabes est placée sur Arabsat. Deux chaînes marocaines sont aussi sur le satellite, la TVM ainsi que 2M

¹¹⁴ Comme le précise Rugh (1987: 126), « au Maroc et en Tunisie, aussi, les gouvernements ont été encouragés à installer des systèmes locaux de télévision en raison de la croissance de la télévision dans des pays voisins, plutôt que par le besoin de créer une chaîne nationale d'information. Les deux pays sont devenus indépendants en 1956, mais n'ont mis de télévision en place qu'en 1962 et 1966, respectivement ». (Traduction libre. « In Morocco and Tunisia, too, the governments were encouraged to install local television systems because of TV growth in neighbouring countries, rather than because of any urgently felt need to create a domestic information channel. Both countries became independent in 1956 but did not establish television until 1962 and 1966, respectively »).

¹¹⁵ Entreprise Nationale de Télévision.

internationale. En ce qui a trait à la langue, il est à noter que les populations du Maghreb se composent d'arabophones, de berbérophones, et de francophones. Et, même si les berbérophones représentent 50% de la population marocaine et 25,3% de la population algérienne, comme nous l'avons déjà souligné (voir préambule, p.7), les langues spécifiquement employées à la télévision sont l'arabe et le français. Belkacem Mostefaoui (1996 : 312) rappelle ainsi qu'aucune émission régulière n'est consacrée aux populations berbérophones, excepté un journal télévisé en berbère à la télévision algérienne depuis 1996, suite aux pressions du Mouvement culturel Berbère (MCB). Néanmoins, une chaîne privée en berbère - BRTV¹¹⁶ - a vu le jour en 1998. Celle-ci émet depuis Paris et s'adresse aux populations berbères du Maghreb mais aussi de l'étranger qui peuvent la recevoir en France via le câble, et la parabole. Au Maroc, les chaînes TVM et 2M diffusent elles aussi un journal quotidien en berbère depuis 1995¹¹⁷.

La transmission des chaînes maghrébines par satellite est née d'une volonté de préserver l'identité nationale à l'intérieur de ces trois pays que sont l'Algérie, le Maroc, et la Tunisie. En réalité, la multiplication précoce et accélérée des antennes paraboliques au Maghreb permettant de recevoir les programmes étrangers a inquiété les autorités publiques. Face à des chaînes concurrentes aussi bien orientales qu'européennes, il devint alors plus que nécessaire de préserver. À l'extérieur, ces chaînes, ont pour principale mission de toucher les ressortissants maghrébins installés à l'étranger, et particulièrement en Europe. Les responsables de la télévision marocaine utilisent l'expression « RMF » pour désigner les ressortissants marocains qu'ils ciblent à l'étranger, et surtout en France. En Algérie, selon un responsable de la chaîne nationale l'ENTV, l'audience de la chaîne à l'extérieur de l'Algérie, nommée « communauté algérienne émigrée » (CAE), est

¹¹⁶ Cette chaîne ne peut être reçue au Québec. Elle peut néanmoins être écoutée sur Internet.

¹¹⁷ Nous avons tenu à apporter ces précisions afin d'appréhender au mieux les commentaires de certains de nos répondants relatifs aux questions linguistiques et culturelles.

Principalement implantée en Europe occidentale (en France surtout et à un degré moindre en Belgique en Allemagne, en Suisse, en Espagne, en Italie, en Scandinavie et en Grande-Bretagne) et éparpillée dans les pays du Maghreb, en Syrie et en Europe centrale. Le bassin de cette audience serait donc constitué de la communauté algérienne établie en France. Celle-ci n'est cependant pas homogène et peut être subdivisée, au moins, en trois segments : les émigrés dits de « première génération » (âgés, ouvriers et petits commerçants, vivant en famille ou seuls dans les foyers, attachés à leurs pays qu'ils visitent régulièrement et à leur culture d'origine), les émigrés dits de « deuxième génération », ou « beurs » (plus jeunes, niveau d'instruction relativement élevé mais condition sociale généralement difficile, culture ambivalente forgée par l'écartèlement entre l'influence, émoussée, des parents et celle de la société dans laquelle ils évoluent, de nationalité française ils n'en nourrissent pas moins un rapport indicible avec le pays d'origine de leurs parents), les émigrés qu'on pourrait qualifier de « troisième génération » : ce sont les Algériens qui ont quitté leur pays à la fin des années 70 et dans les années 80 (étudiants et boursiers n'ayant pas rejoint le pays, regroupement familial, émigration clandestine, ...) et depuis 1988 (professions libérales, intellectuels, journalistes, entrepreneurs, ...) (cité par Guaaybess, 2005 : 83).

Comme le précise Guaaybess, certains iront jusqu'à associer les chaînes satellitaires maghrébines aux Amicales algériennes¹¹⁸ en France, comme ce fut le cas pour les radios communautaires en France.

Concernant le Maroc, la chaîne 2M internationale, fondée en 1989, fut à ses débuts une chaîne cryptée, la première à l'être dans la région arabe. L'actionnaire principal, détenant un tiers du capital, était la société holding ONA (Omnium Nord Africain) largement représentée et dirigée par la famille royale. Les deux tiers restant étaient distribués entre la Banque marocaine pour le Commerce extérieur (BMCE), le groupe Québécois *Vidéotron*, et la chaîne française de télévision TF1, ce qui explique sans doute la prédominance de la langue française sur cette chaîne marocaine. Cette dernière n'ayant pas eu le succès espéré dans les pays d'Afrique et du Moyen-Orient, fut rebaptisée 2M. Comme l'ENTV en Algérie, sa mission consiste à

¹¹⁸ Ces Amicales permettent de relier les immigrés algériens vivant en France à leur pays d'origine, l'Algérie. Elles entretenaient l'idée du retour au pays durant les années 1960 et 1970. Par ailleurs, les Amicales diffusaient auprès des populations immigrées des discours et des pratiques culturelles centrées sur le rapport au pays et à la famille restée outre-mer, sans que la relation avec la société d'accueil ne soit franchement envisagée.

Servir l'image du Maroc à l'international et [à] satisfaire les attentes [des] compatriotes à travers le monde. La programmation orientée vers cette catégorie de téléspectateurs répond favorablement à la mission de 2M. La majorité des produits est en langue arabe et le contenu privilégie l'information de proximité, les événements nationaux et les thèmes fédérateurs et de société. 2M est aujourd'hui accessible en Europe et aux États-Unis d'Amérique à travers cinq plates-formes satellitaires et sur les réseaux câblés en France et en Suisse¹¹⁹.

En ce qui a trait à la Tunisie, depuis le 7 novembre 1992 les programmes de la chaîne nationale sont diffusés à travers l'Europe, le monde arabe, et l'Amérique du Nord par décision présidentielle grâce à la diffusion satellitaire de la télévision nationale. Elle fut baptisée Tunis7, en référence au 7 novembre 1987 ; jour de la prise de pouvoir par le président Ben Ali. Elle s'adresse en premier lieu aux communautés tunisiennes émigrées jugées mal informées par les médias étrangers.

Nous l'aurons compris, la vocation première de ces chaînes de télévisions du Maghreb repose sur la volonté de s'adresser aux ressortissants installés à l'étranger. Dans la sous-section suivante, nous nous attacherons à définir les caractéristiques principales des télévisions du Moyen-Orient.

5.2.3 Les chaînes de télévision du Moyen-Orient

Beaucoup plus nombreuses qu'au Maghreb, les chaînes nationales de cette zone géographique disposent de grandes capacités de financement. Nous citerons ici les plus importantes et les plus suivies. En Égypte, tout d'abord, nous présenterons *Egyptian Satellite Channel 1* (ESC1), chaîne publique égyptienne apparue durant la Guerre du Golfe, en décembre 1990. Depuis, elle est largement diffusée dans la région arabe et compte parmi les chaînes les plus populaires. Chaîne généraliste qui propose essentiellement des émissions de divertissement et d'informations, elle ne diffuse que des productions égyptiennes. À cette chaîne s'ajoute *Egyptian Satellite Channel 2* (ESC2) qui correspond davantage à la seconde chaîne hertzienne égyptienne. Elle diffuse des émissions culturelles et de variétés ainsi que

¹¹⁹ Informations recueillies le 27 janvier 2008 sur le site de la chaîne marocaine 2M <http://www.2m.tv/soread2m/article.asp?id=15789>

des fictions arabes et surtout étrangères (américaines et britanniques, marginalement françaises).

Créée en 1994, *Nile TV*, propose, quant à elle, des programmes en anglais, en français, et consacre une demi-heure quotidienne à un programme en hébreu. Cette chaîne propose pour l'essentiel des programmes d'informations politiques et économiques, des programmes culturels ainsi que des émissions musicales et vise des auditeurs « jeunes, actifs et solvables », un public idéal pour les annonceurs.

En ce qui a trait aux chaînes libanaises, citons LBC et Futur TV. Cette dernière est une chaîne privée fondée par Rafik Hariri¹²⁰ en 1993. Elle diffuse des programmes de divertissements et de variétés très appréciés au Moyen-Orient, au Maghreb, en Europe et en Amérique du Nord. Elle s'adresse donc à une audience jeune et émancipée. LBC s'est, quant à elle, spécialisée dans les émissions de jeux, programmes de divertissement, *talk shows*, variétés, émissions sportives, et clip vidéo¹²¹, « présentés le plus souvent par d'attrayantes animatrices, elle a la renommée d'attirer un public mâle dans la région [du Moyen-Orient]» (Guaaybess, 2005 : 87). Lorsque l'on évoque ces chaînes au Moyen-Orient, on se plaît à souligner que LBC est chrétienne (maronite) tandis que Future TV est musulmane (sunnite). Ceci en raison de l'appartenance confessionnelle de leur direction respective même si cela n'apparaît nullement dans les programmations, et que *LBC* est la chaîne la plus regardée en Arabie Saoudite.

C'est au Qatar, en 1996, que fut créée Al Jazeera, forte de ses cinquante millions de téléspectateurs et présentée comme la plus populaire des chaînes arabes d'information arabophones. Cette chaîne attire tant un public d'élite qui, faute de meilleurs programmes, avait pris l'habitude d'écouter les programmes d'information des chaînes occidentales, qu'un auditoire qui pense avoir enfin accès à des informations, des reportages et des documentaires de qualité dans la seule langue qu'il comprend, l'arabe. La force d'Al Jazeera repose donc sur deux facteurs. Avant tout, elle est arabophone ce qui la rend accessible à tous. Puis, elle est décryptée, ce qui en facilite l'accès. En couvrant les conflits en 2001 en Afghanistan - où ce

¹²⁰ Pour mémoire, Rafik Hariri, ancien premier ministre libanais fut assassiné le 14 février 2005.

¹²¹ Cette chaîne consacre ainsi vingt-deux heures quotidiennes à ce genre d'émissions.

fut la seule chaîne présente à Kaboul avant la chute des Talibans - et en 2003 en Irak, elle devint ainsi populaire auprès de l'opinion publique arabe et internationale. Ses images, reprises par les télévisions mondiales, lui ont conféré une notoriété et une crédibilité qui l'a haussée au rang des chaînes transnationales les plus en vues. Toutefois, si elle connaît le succès, il n'en demeure pas moins qu'elle est aussi controversée. Ceci en raison du droit de parole qu'elle confère aux leaders politiques du monde entier - y compris d'Israël - ainsi qu'aux opposants politiques des pays arabes dans le cadre d'une émission symbolique et grandement appréciée, *Al Ittijah Al-Mu'âkis* ou, en d'autres termes, *La direction opposée*.

Les autorités égyptiennes ont soutenu que certaines émissions avaient offensé la mémoire de Nasser et de Sadate, le Koweït n'a pas apprécié qu'une émission fasse intervenir un officiel irakien, la Jordanie a fait fermer le bureau de la chaîne à Amman en novembre 1998 en réaction à un *Talk-show* où des invités jordaniens défendaient le processus de paix israélo-palestinien, l'Arabie Saoudite refuse sa présence sur son territoire et le Maroc qui l'avait jusqu'en 2006, refusé l'a finalement accepté (Guaaybess, 2005 : 90). En effet, la naissance d'Al Jazeera Maghreb¹²² au Maroc, le 20 novembre 2006, a suscité de vives polémiques au Maghreb. Nous pensons que cette chaîne aurait rendu visible ce qui ne l'est habituellement pas au sein de sociétés où les chaînes de télévisions sont sous le contrôle du pouvoir en place. Lors d'une entrevue qu'il nous a accordée¹²³ le directeur d'*Al Jazeera Maghreb*, Hassan Rachedi¹²⁴ nous a relaté son point de vue sur la naissance de cette chaîne. Il explique que

Durant la même période, la chaîne qatarie a élargi son audience en mettant en place sur Internet ses informations en langue anglaise. Avec l'émergence de ces médias, qu'ils soient diffusées via Internet¹²⁵ ou par antenne satellite, en arabe, en français, ou en anglais, les notions d'espace géographiques et de frontières demeurent aujourd'hui plus floues.

¹²² Son siège se situe à Rabat au Maroc.

¹²³ Entrevue réalisée au siège d'*Al Jazeera Maghreb* à Rabat le 8 février 2008.

¹²⁴ Hassen Rachedi se présente comme ancien journaliste, correspondant de guerre, et producteur.

¹²⁵ Site que l'on peut consulter à l'adresse suivante <http://www.aljazeera.net>

Ces chaînes de télévision arabes ont donc connu ces dernières années une ascension ainsi qu'une attention toutes particulières. Reçues à travers le monde, les immigrants du Québec y ont aussi accès. Dans le cadre de notre recherche, nous avons tenu à présenter les chaînes que les Maghrébins du Québec peuvent recevoir grâce à l'installation d'une parabole.

5.2.4 Les chaînes de télévision arabes reçues au Québec

Si les chaînes reçues par satellite se comptent par centaines, il est intéressant de noter qu'au Québec, seules vingt-trois chaînes peuvent être reçues grâce à la parabole. Nous les avons répertoriées dans le tableau 5.1 ci-après.

Tableau 5.1
Les chaînes arabes sur satellite reçues au Québec

Pays arabes (membres de l'ASBU)	Chaînes nationales arabes
Algérie	<i>Canal Algérie</i>
Arabie Saoudite	<i>Saudi Channel 1, Saudi Channel 2</i>
Égypte	<i>Nile TV International</i>
Émirats arabes unis	<i>Abu Dhabi TV, EDTV Sport</i>
Irak	<i>Irak satellite Channel</i>
Jordanie	<i>Jordan Satellite Channel</i>
Koweït	<i>Koweït TV, Koweiti Space Network.</i>
Liban	<i>Lebanese Broadcasting Corporation (LBC Amérique), MBC.</i>
Libye	<i>Jamahiriyya Satellite Channel</i>
Maroc	<i>TVM, 2M</i>
Oman	<i>Oman TV</i>
Qatar	<i>Al Jazeera Satellite TV (arabe, anglais), Qatar TV</i>
Soudan	<i>Sudan TV</i>
Syrie	<i>Syrian Drama, Syrian TV</i>
Tunisie	<i>TV7 Tunisie</i>
Yémen	<i>Yemen TV</i>

Au Québec, ces chaînes peuvent donc être reçues par toute personne ayant choisi de s'équiper d'une antenne satellite. Nous n'avons pas pu avoir de chiffres précis quant au nombre d'individus ayant accès aux chaînes arabes reçues par satellite à Montréal. Notre interlocuteur, principal vendeur de paraboles à Montréal, nous a juste expliqué à demi-mots que ses ventes ont connu depuis 2001 une certaine augmentation. Nous avons alors émis trois hypothèses qui pourraient expliquer cette croissance. Elles s'énoncent comme suit :

- a. L'augmentation de la population en provenance d'Afrique du Nord a eu une incidence sur la vente des paraboles à Montréal. L'augmentation de la population maghrébine au Québec depuis la fin des années 1990 expliquerait donc l'augmentation des ventes;
- b. La baisse du prix d'achat et de l'installation de la parabole a permis cette augmentation. Nous avons pu constater que le prix d'installation a été divisé par deux en près de cinq ans, passant de 500 dollars en 2004 à 210 dollars en 2009. Lors de notre enquête sur le terrain, nous avons aussi pu constater la baisse du coût du prix de l'installation durant le mois de ramadan (voir appendice C).
- c. Les événements en Irak, en Afghanistan, et au Proche-Orient ont encouragé la consommation des médias arabes et, par conséquent, la vente de paraboles.

En émettant ces hypothèses, nous avons voulu tenter d'expliquer l'augmentation des ventes de paraboles à Montréal. Aussi, celles-ci nous ont permis de définir un ensemble de questions à poser à nos répondants lors de nos enquêtes sur le terrain que nous présenterons tout au long des chapitres qui vont suivre.

CHAPITRE VI

MÉTHODOLOGIE QUALITATIVE :

DESCRIPTION DE L'ENQUETE ETHNOGRAPHIQUE

Comme nous l'avons précisé en introduction de cette thèse, nous avons choisi de combiner deux méthodes de recherche, l'une qualitative l'autre quantitative. Cette combinaison complémentaire a ainsi permis de mettre en lumière les éléments saillants concernant notre étude. Ce chapitre expose la première méthodologie adoptée pour notre recherche, soit la méthode qualitative. Celle-ci repose sur une enquête ethnographique s'appuyant pour l'essentiel sur les travaux de l'École de Chicago et sur des entretiens semi-dirigés. Dans cette partie, nous présentons la méthode employée, le choix de l'échantillon, la grille d'entrevue, le processus d'élaboration de notre enquête sur le terrain, ainsi que les difficultés que nous avons rencontrées.

6.1 Enquête ethnographique

La recherche qualitative de type ethnographique nous a paru constituer un outil des plus appropriés pour étudier le processus de « bricolage identitaire » à travers la consommation alternée de médias appartenant à des sociétés différentes. Contrairement au courant positiviste de recherche qui privilégie davantage les études à grande échelle ainsi que l'expérimentation, l'approche qualitative se veut, d'un point de vue épistémologique, centrée sur les répondants (Poupart, Lalonde et Jacoud, 1997). Et c'est précisément ce qui nous intéresse. Alors que l'objectivisme isole l'objet de la recherche, introduit une séparation entre observateurs et observés, relègue le chercheur dans une position d'extériorité, le subjectivisme prend le contre-pied de ces conceptions. En ce sens, l'objet n'est plus une entité isolée, il est toujours en interrelation avec celui qui l'étudie.

Ce que nous concevons ici comme étant la méthode subjectiviste tend à mettre en relief des aspects non-mesurables, soit des faits sociaux entendus comme des accomplissements pratiques. Selon nous, les dimensions culturelles et identitaires du déracinement et du parcours migratoire ainsi que la question concernant les diasporas et les immigrants se doivent d'être étudiées à la lumière de cette subjectivité. Il s'agit donc de mettre en perspective la perception de la réalité de ces immigrants, de leur propre réalité. Jean Stoetzel, dans son œuvre *La psychologie sociale* (1993), a qualifié cette perception de « sélective ». Ceci, dans la mesure où les individus choisissent, sélectionnent, et prennent en compte ce qu'ils perçoivent ainsi que la signification de ce qu'ils perçoivent, en fonction de leurs propres motivations, et projets. Ces derniers dépendent, eux-mêmes, du contexte ou du *background* culturel dans lequel ils ont l'habitude d'évoluer, ou pour reprendre un terme Bourdieusien, de leur habitus¹²⁶.

De plus, en nous appuyant sur la théorie de la réception active - où le « message » est indissociable du destinataire qui en crée le sens à partir de sa propre *weltanschauung* - nous inscrivons notre recherche dans le paradigme de la « complexité », tel que promu par Edgar Morin (2005). Contrairement aux positions antérieures qui relevaient du paradigme de la « simplification » contre lequel il s'érige en proposant un paradigme de la « complexité », Edgar Morin souligne la nécessité d'introduire le sujet humain - situé et daté culturellement, sociologiquement, historiquement - dans toute étude sociologique ou anthropologique. Selon lui, l'élimination de l'être et de l'existence via la quantification et la formalisation repose sur une démarche typique du paradigme de la simplification, du scientisme ou du positivisme. Comme il le précise si bien, un système complexe n'est compris que lorsque l'on se réfère à

¹²⁶ Selon Bourdieu, l'habitus est « un système de dispositions durables et transposables, structures structurées prédisposées à fonctionner comme structures structurantes. C'est-à-dire en tant que principes générateurs et organisateurs de pratiques et de représentations qui peuvent être objectivement adaptées à leur but sans supposer la visée consciente des fins et la maîtrise expresse des opérations nécessaires pour les atteindre objectivement « réglées » et « régulières » sans être en rien le produit de l'obéissance à des règles, et, étant tout cela, collectivement orchestrées sans être le produit de l'action organisatrice d'un chef d'orchestre » (*Le sens pratique*, 1980 : 88-89). En d'autres termes, l'individu est structuré par sa classe sociale d'appartenance, par un ensemble de règles, de conduites, de croyances, de valeurs propres à son groupe et relayés par la socialisation.

son histoire et à son parcours. Ceci souligne ainsi l'importance décisive de situer les cadres conceptuels de la culture, des croyances et des valeurs que les récepteurs ont acquis au sein des réseaux de coersédution peuplant et façonnant leur habitus.

Dans le cadre de notre recherche, et en nous appuyant sur la théorie de la réception active ainsi que sur le paradigme de la complexité, nous nous sommes intéressée aux expériences de vie quotidienne de nos répondants, en tentant de mettre en lumière les pratiques sociales qui ont cours au sein de la société. L'expérience vécue au quotidien se veut essentielle et la méthode ethnographique est mieux à même de la saisir. Certains anthropologues ont d'ailleurs critiqué Appadurai pour ne pas en faire état dans ses approches. Ainsi, Aihwa Ong et Donald M. Nonini (1997) expliquent qu'il faut s'intéresser à l'expérience vécue au quotidien, notamment lorsque l'on s'attache à l'étude des itinéraires suivis par les diasporas qui, souvent, sont non linéaires. L'ethnographie apparaît alors comme un moyen des plus efficaces pour analyser sur le terrain les enjeux liés au processus de transformation identitaire, et comprendre les consommations culturelles et médiatiques, les choix identitaires ainsi que les stratégies d'intégration des immigrants. Par ailleurs, depuis l'apparition de l'ethnométhodologie dans le domaine des sciences sociales, il s'est avéré possible et instructif de mener des recherches sur les phénomènes sociaux. Comme le précise Garfinkel (1967), l'approche ethnométhodologique considère les faits sociaux comme des accomplissements pratiques et soutient que les individus construisent leur quotidien jour après jour dans une volonté de s'adapter aux situations diverses qui se présentent à eux. Les chercheurs se réclamant de cette école délaissent donc les hypothèses, les indicateurs et les chiffres pour observer les détails quotidiens des acteurs sociaux afin de comprendre leurs pratiques.

Cette approche permet ainsi de donner la parole aux répondants et c'est à partir de leurs propres discours que peut s'effectuer l'analyse. Afin d'interpréter le plus fidèlement possible leur propre réalité communicationnelle, cette méthodologie nous permettra ainsi d'étudier les comportements de nos répondants dans un contexte social particulier, celui d'immigrants installés à Montréal. Cette approche permettra aussi de mettre en perspective deux niveaux d'interprétation. Dans le premier, les répondants donneront du sens à ce qui l'entoure. Dans le second, en tant que chercheur, nous donnerons du sens au sens établi par ces mêmes

répondants. Ces deux niveaux d'interprétation permettront, par opposition avec notre enquête quantitative, d'établir un contact avec des individus et d'offrir, par là même, un caractère émotif à ces rencontres.

Dans le cadre des recherches ethnographiques portant sur la réception individuelle et culturelle de la télévision, une nouvelle approche des publics de télévision a émergé entre 1970 et 1980 et a constitué un courant fort des recherches en communication à cette époque. Ces études ont ainsi contribué à la constitution progressive d'une « ethnographie des audiences ».

6.1.2 Ethnographie des audiences

Jusqu'à l'apparition de cette approche, les publics étaient essentiellement définis à travers la vision des responsables des chaînes de télévision et par celle des chercheurs qu'ils employaient dans le domaine. En d'autres termes, les publics étaient perçus comme une « masse d'individus » aux caractéristiques plus ou moins homogènes qu'il s'agissait de rejoindre. Et, comme le précisent Proulx et Maillet (1998 : 121), les responsables des chaînes ainsi que les chercheurs les identifiaient

à différentes « niches » de la population des consommateurs-télespectateurs définis à partir du croisement entre, d'une part, les variables sociodémographiques traditionnelles (âge, sexe, lieu de résidence, profession, etc.), et d'autre part, des mesures quantitatives des comportements d'écoute d'échantillons de sous-ensembles de cette population (« mesure d'audience »).

Les travaux sur la réception ont donc permis de rapprocher les chercheurs des individus constituant ces publics et, par là même, d'affirmer que les sujets-récepteurs « *existent* dans les faits, et pas seulement de manière virtuelle à travers les simulations statistiques produites par les mesures d'audience » (Proulx et Maillet, 1998 : 122). En ce sens, les approches ethnographiques ont contribué à permettre aux usagers « ordinaires » de la télévision de s'exprimer.

Comme nous l'avons souligné précédemment, les recherches sur la réception constituent un développement majeur des études en communication. Puisque le récepteur est considéré comme actif, on privilégiera essentiellement dans l'analyse de la réception en tant que processus de communication, des approches qualitatives « permettant une description fine des phénomènes sous observation » (Proulx et Maillet, 1998 : 123). Les techniques d'enquête auxquelles on fit appel (entrevues en profondeur ou semi-dirigées, entrevues individuelles ou de groupe, observations participantes ou non) ont ainsi été considérées par les chercheurs concernés comme relevant d'approches ethnographiques.

Selon Ien Ang (1992 : 79), la réception fait partie du domaine complexe, contradictoire, et multidimensionnel de la vie quotidienne. Elle s'inscrit dans des relations structurelles et historiques de pouvoir que les émetteurs ne contrôlent pas. Pour les chercheurs, il est ainsi apparu utile voire nécessaire de se rapprocher du « milieu naturel » usagers de l'information pour tenter de saisir et de décrire avec le plus d'exactitude possible les usages médiatiques au quotidien.

Afin de récolter un maximum d'éléments significatifs pour pouvoir décrire finement les pratiques quotidiennes de réception médiatique dans le contexte du vécu des téléspectateurs, les chercheurs vont donc rassembler des techniques d'enquête qui appartiennent à la tradition ethnographique (observation participante, entrevues en profondeur auprès des informateurs, récits biographiques, etc.). Même si ces pratiques de recherches ethnographiques furent utilisées par les chercheurs du courant des Cultural Studies, il n'en demeure pas moins que la démarche de ce type d'enquêtes ethnographiques résulte des travaux de l'Américain James Lull qui a très tôt insisté sur la nécessité d'observer en profondeur la famille en tant que « groupe naturel de visionnement » (Lull cité par Proulx, 1993 : 8).

Les études de Morley (voir Chap. II, sect. 2.3.3, p.80-82) ont permis de distinguer des comportements de consommation des médias entre les hommes et les femmes, les garçons et les filles qui composent les familles étudiées. Indications que les études quantitatives par audimètres et carnets d'écoute ne livrent pas. De plus, Morley met en perspective ce que font les destinataires des produits communicationnels et explique ainsi comment les femmes

parlent de ce qu'elles ont vu à la « telly » avec leurs amies. De même que Katz qui nous rappelle que le fait de parler du contenu des médias son entourage est une manière de former l'opinion. Ceci permet donc de discerner l'utilisation que font les destinataires de ce à quoi ils s'exposent. Il s'agit donc bien là de réception et, par là même, d'étude de l'activité du destinataire.

Ces études ethnographiques sur les publics ont ainsi consisté à « aller sur le terrain » pour tenter de décrire et d'interpréter les pratiques des sujets dans leur contexte culturel, sur la base d'observations au quotidien. C'est en ce sens que le thème de la consommation des médias en tant que lieu de production culturelle active a acquis une place centrale dans les études culturelles. Comme le précise Ang (1992 :79),

L'ethnographie doit faire appel à une compréhension plus large, à la fois structurelle et historique, de la condition culturelle contemporaine. En d'autres termes, il existe désormais suffisamment de travaux ethnographiques sur des publics discrets. Il faut maintenant se tourner vers la réception en tant que partie intégrante de pratiques culturelles populaires, articuler en même temps les processus « subjectifs » et « objectifs », « micro » et « macro ».

Ainsi, dans le domaine de la communication internationale médiatique, on ne peut nullement envisager les influences socioculturelles d'un groupe d'individus sur un autre sans une étude en profondeur des récepteurs, de leurs processus de réception des contenus et des créations du sens, la manière dont ils appréhendent ces messages ainsi que l'action qui en découle. Cette manière d'étudier et de comprendre le processus communicationnel est, comme nous l'avons précisé précédemment, au cœur même des préoccupations des théoriciens de la réception active.

6.2 Description de notre enquête ethnographique

À travers notre recherche, nous avons tenu à préciser la place occupée par les médias au sein des foyers maghrébins à Montréal. Nos entretiens se sont ainsi portés sur le parcours migratoire de nos répondants et ont tenté de recueillir des récits relatifs à leur relation avec les médias et la société d'accueil. Au commencement de notre recherche, nous tenions à observer les habitudes médiatiques de cette population de l'intérieur et nous pensions - sans

doute un peu trop naïvement - que nous réussissions facilement à pénétrer l'univers domestique des Maghrébins installés à Montréal. En fait, nous nous sommes rapidement rendu à l'évidence qu'observer le quotidien des immigrants maghrébins de l'intérieur serait pratiquement impossible, et ce, même si nous étions nous-même d'origine algérienne. Nous avons ainsi opté pour la mise en place d'entrevues en profondeur de type semi-dirigées. Celles-ci nous ont permis d'appréhender les pratiques médiatiques des immigrants ainsi que leur rapport au pays d'origine et à la société d'accueil. Si Morley (1986) reconnaît à l'observation participante la qualité de pouvoir confirmer ou infirmer des données récoltées lors d'entrevues, il se montre néanmoins convaincu que les entrevues en profondeur demeurent pertinentes et essentielles. Pour le chercheur, l'observation participante constitue donc un processus ethnographique qui apparaît moins crucial que l'entrevue en profondeur. Il souligne ainsi que le problème repose sur le fait que l'observation du comportement laisse toujours ouverte la question de l'interprétation. Selon lui, on peut être observé tout en étant assis, et en regardant fixement l'écran de télévision. Cependant, ce comportement pourrait également s'apparenter à de la fascination ou à de l'ennui total sur moi-même. Une distinction qui ne sera pas nécessairement facilement comprise à partir des indices comportementaux observés. Si l'on souhaite comprendre ce que fait la personne observée, il faudrait donc, selon Morley, probablement le lui demander. Il explique : « je peux, bien sûr, vous mentir ou déformer mes pensées ou sentiments, mais au moins, avec mes réponses verbales, vous commencerez à obtenir des critères de distinction ainsi que des types de catégorisations par lesquelles je construis mon monde (conscient)¹²⁷ » (Morley, 1992 : 181). Selon le chercheur, la méthode d'entretien doit donc être défendue, pas seulement pour l'accès qu'elle permet à la recherche des avis des personnes interrogées et des déclarations, mais aussi pour l'accès qu'elle offre aux personnes interrogées de traduire avec leurs mots la compréhension qu'ils ont de leurs propres activités.

¹²⁷ Traduction libre. « I may well, of course, lie to you or otherwise misrepresent my thoughts or feelings, for any number of purposes, but at least, through my verbal responses, you will begin to get some access to the kind of language, the criteria of distinction and the types of categorizations through which I construct my (conscious) world ».

6.2.1 Entrevues en profondeur du type semi-dirigé

L'entrevue semi-dirigée offre l'avantage de recueillir à la fois les expériences, les perceptions, les événements marquants, les pratiques des répondants. Nos entrevues en profondeur de type semi-dirigé ont été réalisées par le biais d'un schéma d'entrevues préétabli. Il s'agissait de recueillir diverses données d'ordre biographique (trajectoire migratoire du sujet, définition des valeurs, etc.), expérientiel (arrivée au Québec, insertion socio-économique), et médiatique (consommation des médias francophones, anglophones, et arabophones). Cette dernière donnée symbolise, en quelque sorte, le cœur même de notre recherche.

Avant de nous rendre sur le terrain, il s'agissait de mettre en place un schéma d'entrevue en accord avec l'objet de notre étude. Articulés autour de neuf points, ce canevas représente, en quelque sorte, notre « fil d'Ariane ». En suivant, ces thématiques, nous avons pu articuler notre entrevue et, par là même, guider la conversation. Néanmoins, nous avons laissé la possibilité aux répondants d'énoncer des points non-envisagés dans notre grille. Ceci tout en veillant à ce que les thèmes traités par les interviewés ne débordent pas de notre champ de recherche. Le tableau 6.1, ci-après, en dresse les principaux éléments.

Tableau 6.1
Thèmes privilégiés durant l'entrevue

1	Vécu au sein du pays d'origine
2	Motivations au départ (raisons de l'immigration)
3	Représentation du Canada et du Québec avant l'immigration
4	Représentation du Canada et du Québec après l'immigration (choc culturel)
5	Insertion socio-économique (emploi, études, logement)
6	Liens avec la communauté et le pays d'origine (préservation des valeurs, éducation des enfants, associations culturelles, ethniques, religieuses)
7	Liens avec la société québécoise (contacts avec les membres du pays d'accueil, rapport à la culture québécoise)
8	Intégration (quelle définition?)
9	Liens avec les médias (de la société d'accueil et du pays d'origine)

Dans le cadre de notre enquête, nous avons choisi, dans un premier temps, d'articuler nos entretiens sur le vécu du répondant au sein de son pays d'origine. Ceci afin de délimiter les raisons qui l'ont poussé à immigrer et lui permettre de nous conter un peu de son histoire et de le mettre en confiance. Dans un second temps, nous avons fait le choix de le questionner sur sa vision de la société canadienne et québécoise avant son départ ainsi qu'après son arrivée. Ceci afin de préciser les différents chocs (culturel ou « thermique »), si choc(s) il y eut. Dans un troisième temps, notre entrevue s'est dirigée vers l'insertion socio-économique du répondant. Ses facilités ou difficultés à l'obtention d'un emploi, d'un logement, avec la langue, le climat, les études. Enfin, nous nous sommes attachée à questionner le répondant sur ses liens avec le pays d'origine ainsi que sa relation avec la société d'accueil.

Dans un dernier temps, point culminant de notre recherche, il s'est agi de les interroger sur la représentation qu'ils se font des médias. Quelle image ont-ils des médias au Canada et au Québec. Se sentent-ils suffisamment représentés ? Nous avons tenu à préciser leur

consommation médiatique (lisent-ils des journaux, écoutent-ils la radio, regardent-ils la télévision du pays d'accueil ?), à appréhender les liens qu'ils entretiennent avec les médias arabes. De plus, nous avons tenu à savoir s'ils possédaient ou non une antenne parabolique leur permettant de recevoir les médias arabes au sein de leurs foyers. Ceci nous permis d'appréhender le rôle de ces médias et d'Internet auprès de ces individus.

6.2.2 Constitution de l'échantillon

Aux prémices de cette recherche, la population visée représentait l'ensemble des membres de familles d'origine nord-africaine de première génération résidant dans la région métropolitaine de Montréal. Or, comme le précise une enquête réalisée en France par Hasret Alkan (1996) sur des familles turques reliées par satellite à Arab Sat ou Turksat, il ressort que « les parents exercent au sein des foyers une forte pression sur leurs enfants pour les convaincre de regarder les programmes arabophones ou turcophones de préférence aux programmes occidentaux (Pasquier, 1999 : 67) ». La question liée à l'aspect générationnel revêt ainsi toute son importance lorsqu'il s'agit de préciser la place des médias au sein des familles immigrantes. Il nous a alors semblé utile, voire nécessaire, d'élargir notre champ de recherche. Nous avons donc fait le choix d'orienter notre recherche vers un échantillon moins restreint et de nous intéresser à la place des médias arabes auprès des plus jeunes. Ceci nous permettrait de voir si des écarts quant à la réception des médias varient en fonction du pays d'origine, du nombre d'années d'installation au Québec, du sexe mais aussi de l'âge. Par conséquent, nous avons établi notre échantillon en fonction de critères probants présentés comme suit :

a. Le répondant doit provenir du Maghreb

Une des conditions repose sur le fait que le répondant provienne d'un pays du Maghreb, à savoir l'Algérie, le Maroc ou la Tunisie.

b. Le répondant doit être immigrant(e) reçu(e)

Le répondant est un immigrant reçu en vertu des termes de la loi canadienne, c'est-à-dire qu'il a été reconnu comme résident permanent, et que le Canada lui a reconnu le droit de vivre dans ce pays. Même si ce critère n'exclut aucunement un individu arrivé au Canada à titre de réfugié ou de revendicateur du statut de réfugié, nous avons fait le choix de ne retenir lors de nos entrevues que des individus ayant un statut légal d'immigrant reçu. Cette précaution vise à éviter que le sentiment d'insécurité lié à un statut instable ne limite le sentiment de liberté d'expression du répondant. Par ailleurs, nous avons souhaité une représentation plus ou moins égale d'hommes et de femmes pour pouvoir aborder les différences liées au sexe.

c. Avoir séjourné au Québec depuis au moins trois ans

La durée du séjour au Québec a également été un élément à prendre en considération. Nos répondants devaient avoir séjourné au Québec depuis au moins trois ans afin que leurs préoccupations en lien avec la période d'installation ne soient pas en contradiction avec leurs perceptions et représentations de la société d'accueil. De plus, cette durée de séjour de trois ans leur aura permis d'établir un contact avec les us et coutumes, et codes culturels de la société d'accueil. Ceci leur permettrait aussi de souligner l'écart entre la société d'origine et la société d'accueil et, par là même, d'envisager les mécanismes d'intégration.

d. Vivre dans la région métropolitaine de Montréal

Comme nous l'avons souligné précédemment, Montréal constitue le milieu d'accueil principal des immigrants maghrébins au Québec¹²⁸. C'est donc pour cette raison que la métropole a été choisie pour mener notre étude.

¹²⁸ Selon les sources du ministère des affaires internationales, de l'immigration et des communautés culturelles. *Profil des communautés culturelles*. 1991. Publications du Québec.

e. Parler français

Les sujets doivent parler suffisamment français pour s'exprimer dans cette langue durant l'entrevue. Eu égard aux différents dialectes utilisés dans ces trois pays que sont l'Algérie, le Maroc ou la Tunisie, et de notre connaissance limitée de la langue arabe, il nous aurait été difficile de communiquer avec nos répondants uniquement en arabe. D'autant que notre connaissance de cette langue repose essentiellement sur une compréhension de l'arabe populaire parlé en Algérie. Notre langue maternelle étant le kabyle, il nous aurait été quasi-impossible d'établir un véritable dialogue avec l'ensemble de nos répondants. Par ailleurs, au-delà de l'aspect pratique de notre entrevue, l'interviewé doit parler français afin de nous assurer de sa capacité à être en relation avec la société québécoise, en général, et avec les médias francophones, en particulier.

f. Être alphabétisé

La maîtrise de l'écriture et de la lecture nous apparaît comme un outil important à l'appréhension des réalités communicationnelles d'une société. Sans cela, le sujet aurait de la difficulté à comparer le contexte de la société d'accueil à celui de la société d'origine. Ce critère permet donc de s'assurer que nos répondants puissent avoir accès à tous types de médias (écrits ou sonores) du pays d'accueil ainsi que du pays d'origine.

6.2.3 À la rencontre des sujets

Les immigrants maghrébins constituant une population relativement hétérogène, nous avons tenu à diversifier notre échantillon et tenir compte des critères de l'âge, du sexe, du statut juridique ainsi que de l'activité professionnelle. Afin de constituer notre échantillon, nous avons cru bon de faire passer, dans un premier temps, une annonce dans le journal « Alfa », journal de la communauté nord-africaine à Montréal. Ce mensuel, publié en français, nous a paru être un mode de recrutement particulièrement riche. Nous savions qu'il est tiré à 15 000 exemplaires et nous avons donc pris soin d'y faire paraître une annonce. En réalité, nous étions consciente du fait que le principe même de l'annonce pouvait engendrer deux types de

comportements de la part des lecteurs. D'une part l'absence de réponse due à une certaine méfiance d'exposer son intimité à une étrangère, et d'autre part, un enthousiasme trop prononcé à raconter sa vie. La première hypothèse fut la bonne. Après publication de notre annonce - sur support papier ainsi que sur le site Internet du journal¹²⁹ – nous n'avons reçu aucune réponse. Nous avons donc dû nous tourner vers une autre méthode, nommée « boule-de-neige », telle que précisée par Beaud (1992). Celle-ci repose sur une démarche inductive, qui identifie « les bons cas » grâce à des personnes qui connaissent d'autres personnes qui connaissent des « cas riches en information ».

Une méthode qui a véritablement fait boule de neige puisqu'à partir de trois personnes que nous connaissions, nous avons pu entrer en contact avec les autres personnes qui ont constitué notre échantillon. Ce principe d'arborescence a permis à nos contacts de nous mettre en relation avec des amis ou parents susceptibles de participer à notre étude. Très vite, nous avons pu constater que contrairement à la petite annonce parue dans le journal, cette méthode a permis de drainer un certain nombre de relations. Le bouche à oreille a ainsi permis d'instaurer des relations amicales. Par ailleurs, trois de nos répondants nous ont été référés par des personnes qui n'appartenaient pas à la communauté maghrébine. Ainsi, deux de nos amies québécoise et française nous ont mis en contact avec leurs propres amis algériens et tunisiens qui ont immédiatement accepté de participer à notre étude. Nous pensons que ce dernier procédé, à notre grande surprise, a été concluant. D'autant que cette approche qualitative ne prétend nullement porter sur un « échantillon représentatif » de l'ensemble de la population maghrébine. Enfin, pour la constitution de cet échantillon, nous avons voulu éviter de nous tourner, exclusivement, vers les mosquées ou associations musulmanes car la première caractéristique des personnes fréquentant ces lieux, est de s'identifier comme musulmanes. Or, de nombreux musulmans au Québec se considèrent avant tout comme citoyens, et ne voient pas leur insertion au Québec comme se faisant à travers des associations islamiques. Nous tenions donc à entrer en contact avec des individus tant musulmans que laïques.

¹²⁹ Adresse du site : <http://www.journalfa.ca/web/fr/>

6.2.4 Portrait de notre « échantillon » non-représentatif

Les modes de recrutements choisis conjugués à nos critères de sélection nous ont permis de mettre en place notre échantillon composé de seize répondants, soit huit femmes, six hommes, et deux adolescents (un garçon et une fille), inscrits dans trois tranches d'âges, les 15-24 ans, les 25- 44 ans, et les 45- 65 ans. La majorité de ces répondants adultes sont mariés avec des enfants, et seulement trois sont célibataires. Leurs pays de naissance correspondent pour tous à un pays du Maghreb. Ainsi, deux proviennent de Tunisie, quatre du Maroc, et dix d'Algérie où sept d'entre eux sont arabophones et trois berbérophones (de Kabylie). Il est important de constater que la majorité de nos répondants n'est pas venue directement s'installer au Québec. Ainsi, l'un d'entre eux a transité par la Belgique, deux autres par la Suisse, un par la France, et trois par les Émirats Arabes Unis. Quand nous parlons de transit, il s'agit plus précisément de résidence, puisque toutes ces personnes ont résidé au moins un an dans ces pays avant de s'installer définitivement au Québec.

En ce qui a trait à leur durée de résidence au Québec, elle varie de quatre à quarante ans. Cinq de nos répondants vivent au Québec depuis moins de dix ans, neuf s'inscrivent dans une période variant de dix à vingt ans, un dans un intervalle de vingt à trente ans, et un autre dans un intervalle de trente à quarante ans. Sur ces seize répondants, neuf travaillent en tant qu'enseignant, traducteur, directeur d'association, éducateur, manutentionnaire, employé de banque, optométriste, deux personnes sont sans-emploi, deux sont étudiantes à l'université et deux au secondaire, et une est à la retraite. Par ailleurs, en tant que directeur de l'Association « Québec-Maghreb », un de nos répondants a pu être un informateur-clé et a ainsi pu témoigner de son propre parcours mais aussi de problématiques récurrentes au sein de la communauté maghrébine. Ajoutons que la majorité de nos répondants possède un profond sens de l'identification ethnique. Les personnes que nous avons rencontrées s'identifient ainsi comme « Arabes et Musulmans installés au Québec », ou encore comme des « Kabyles du Québec ». Enfin, Montréal est la ville de résidence de tous ces répondants.

6.2.5 Déroutement des entrevues

Réalisées entre avril et novembre 2007, ces entrevues ont été effectuées sur rendez-vous à la date et au lieu fixé par les répondants. La plupart d'entre elles, se sont déroulées en dehors des foyers. Ainsi, nous avons interviewé tous les hommes, sauf un, dans un cadre extérieur à celui du foyer, soit leurs lieux de travail. Les femmes cependant nous ont toutes - sauf une - reçues chez elles sans la présence de leurs maris. En fait, lorsqu'il s'agissait des répondants avec qui nous avons déjà eu des contacts antérieurs directs, il nous a été relativement facile d'obtenir un consentement à l'entrevue et d'être reçue dans les foyers. Avec ces personnes, nous avons reçu une coopération amicale, et avons mené l'enquête en leur domicile. Dans ce contexte, la télévision était bien souvent allumée et l'accueil des plus hospitalier¹³⁰. En réalité, seulement un couple nous a reçue au sein de son foyer pour réaliser les entrevues. Il s'agit d'un jeune couple kabyle que nous ne connaissions pas mais qui n'a vu aucun inconvénient à recevoir une compatriote, ou tel qu'énoncé en des termes kabyles, « *yelis tmurth* »¹³¹.

Lors de la confirmation des rendez-vous, nous avons tenu à rappeler à chacun de nos répondants l'objet, le contexte ainsi que les objectifs de notre recherche. Il s'agissait de préciser les thématiques sur lesquelles porterait l'entrevue; ceci afin de permettre l'instauration d'un climat de confiance. Et, avant de débiter chaque entrevue, nous nous sommes présentée à nos répondants en mettant de l'avant nos origines ainsi que notre parcours migratoire. Nous avons pu constater que ceci a permis de très rapidement briser la glace. En effet, nous avons l'impression de connaître chacune de ces personnes depuis une longue période. Par la suite, nous avons précisé le sujet de notre recherche ainsi que les raisons pour lesquelles nous avons choisi de le traiter.

Au commencement de chaque entretien, nous avons demandé l'autorisation d'enregistrer ce qui allait être énoncé. Tous nos répondants ont accepté d'être enregistrés. Puis, nous avons

¹³⁰ Souvent autour d'une table garnie.

¹³¹ Littéralement, ces termes signifient « fille de mon pays ».

pris soin de préciser que ces enregistrements resteraient confidentiels et en notre possession et que si elles le souhaitent, ces personnes pouvaient garder l'anonymat en demandant que leurs noms soient modifiés par l'usage d'un pseudonyme. Nul n'a vu d'inconvénients à être enregistré, à condition que ces personnes restent anonymes - surtout les femmes. Aussi, compte-tenu de notre recherche auprès d'individus, nous avons établi un formulaire de consentement. Finalement, aucun de nos répondants n'a jugé nécessaire de le signer. Ceci traduit le climat de confiance dans lequel se sont réalisées ces entrevues.

6.2.6 Aspect linguistique

La langue, d'un point de vue méthodologique, revêt toute son importance. Lors de la réalisation de ces entrevues, nous avons eu recours à la langue française essentiellement. Néanmoins, nous avons pu constater que les répondants faisaient fréquemment appel à des termes en arabe ou en kabyle pour désigner certains éléments appelant le plus souvent à des émotions telles que l'indignation ou la joie. Les mots en arabe font aussi référence à des termes sensés être compris de tous, comme par exemples, « *wallah* », « *lala* », ou encore « *khalas*¹³² ». Notre flexibilité dans la langue ou encore notre compréhension basique de la langue arabe et notre bilinguisme (kabyle/français) a permis à nos informateurs de s'exprimer et développer leurs pensées et sentiments sans inhibition. Il nous a semblé que certains mots employés dans la langue d'origine traduisaient davantage d'autres sentiments.

6.2.7 Journal de bord

Afin d'éviter toute omission, nous avons en complément de nos entrevues, tenu un journal de bord. Nous avons pris soin d'y noter tout ce qui nous semblait pertinent à retenir. Nous avons ainsi annoté les éléments, tels que les idées ou encore les questions qui nous sont apparus frappantes et importantes durant la rencontre. Au sein de ce journal de bord, nous avons résumé les informations recueillies durant l'entrevue ainsi que les idées qui nous interpelaient en vue des prochaines entrevues. Nous avons aussi utilisé ce journal pour noter les difficultés rencontrées, le climat de la rencontre, l'accueil, les émotions, les constats théoriques et

¹³² Ces trois mots signifient « je le jure », « non », « c'est fini ».

méthodologiques reliés au déroulement de l'enquête, l'atmosphère en somme. Et même si les entrevues en disent long, il n'en demeure pas moins que les gestes, les attitudes et comportements en traduisent davantage encore. Nous avons donc décrit tout ce qui relève de la communication non-verbale. Ce journal de bord nous a donc permis de coucher sur papier tout ce qu'un simple enregistrement ne pouvait dévoiler.

De plus, dans ce journal nous avons pu annoter les observations et remarques relevées lors de notre participation à des événements organisés par des Algériens et Marocains. Ainsi, qu'il s'agisse de réactions observées ou de propos entendus lors d'événements (fêtes, rencontres entre membres de la communauté) ou encore dans des commerces (épiceries, boucheries *halla*, salons de coiffure pour dames), nous avons retenu sur papier les éléments les plus marquants pour la progression de notre enquête. En ce sens, nous avons inscrit des commentaires portant sur les accommodements raisonnables, sur certaines comparaisons faites avec le pays d'origine, sur la conception de la société d'accueil, etc.

6.3 Difficultés rencontrées

Comme nous l'avons souligné précédemment, aux prémices de notre recherche, nous pensions que notre statut de « femme d'origine algérienne » nous aurait rendu plus aisée notre insertion dans les foyers de nos répondants. Tel ne fut pas le cas. En effet, les observations au sein des familles furent quasi impossibles. Exception faite auprès de deux familles algériennes; une que nous connaissions personnellement et un couple auquel nous avons été présentée. De façon plus ou moins déguisée, les femmes rencontrées ont refusé de nous présenter aux maris et les hommes à leurs épouses. Nous avons alors dû pallier cette carence en demandant aux répondants de décrire le parcours migratoire ainsi que les habitudes de consommation médiatique des autres membres de leurs familles. Cette expérience nous a surtout permis de retenir que le fait d'appartenir à un groupe ne rend pas obligatoirement le terrain plus accessible ou présente même des contraintes spécifiques. Au contraire, il nous a semblé que ceci pose davantage d'obstacles. Ainsi, non seulement nous n'avons pas été avantagée par ce facteur mais nous avons en plus dû faire preuve de

distanciation réflexive, et nous rendre à l'évidence qu'appartenir à cette communauté, ne signifie pas la connaître dans sa globalité.

De plus, nous avons pu constater à quel point le titre de notre recherche a pu soulever la controverse auprès d'un de nos répondants d'origine kabyle. Celui-ci a catégoriquement refusé d'être apparenté à un Maghrébin mais à un Berbère, l'un des « premiers habitants de l'Afrique du Nord » et s'est objecté au titre de notre recherche. Après un échange avec notre informateur sur l'histoire des Berbères, du « Printemps noir¹³³ », et de la cause amazigh¹³⁴, nous avons pu poursuivre notre entretien.

Néanmoins, nous pensons qu'au-delà de toutes ces difficultés, nous avons bénéficié d'un avantage à être membre de la communauté algérienne. Celui de susciter un réel climat de confiance et la possibilité pour nos répondants de nous faire part de ce qu'ils avaient profondément sur le cœur au moment de l'entrevue. Et surtout de préciser, sans inhibition, leur conception de la société d'accueil. Nous pensons que certains récits auraient pu être « censurés » par ces répondants eux-mêmes s'ils avaient eu à les exprimer à un chercheur issu de la majorité ethnique du Québec. De plus, notre position d'immigrante nous a permis d'avoir à la fois un regard extérieur et intérieur aux communautés étudiées.

6.4 Traitement des données

Une fois les données recueillies sur le terrain, il s'est agi de les traiter, c'est-à-dire de les transcrire et de les interpréter. Nous présentons ici les procédures adoptées pour le traitement des données.

¹³³ Le Printemps noir (en kabyle *Tafsut taberkant*) est le nom donné aux violentes émeutes qui ont éclaté en Kabylie, région berbère du nord de l'Algérie, et leur répression par l'armée algérienne entre avril 2001 et avril 2002 faisant 132 morts et des milliers de blessés.

¹³⁴ Signifie littéralement « berbère », Par extension, ce terme désigne l' « homme libre ».

6.4.1 Transcription des données

Ces entretiens semi-dirigés nous ont permis de mettre en place un corpus riche d'informations pertinentes à notre enquête. En ce sens, la transcription du contenu de chaque rencontre suit l'ordre du schéma d'entretien et nous a permis de mettre en exergue les divers thèmes analysés par nos répondants. Afin de faciliter le traitement des données, nous avons établi la transcription des discours de nos informateurs après chacune des entretiens. La transcription a été établie uniquement en français. Lorsque des mots ont été énoncés en arabe, en kabyle ou en anglais, nous les avons retranscrits tels quels tout en définissant ces termes en français.

6.4.2 Analyse des données

Dans un premier temps, nous avons effectué une première lecture des entretiens sous forme d'analyse thématique afin de dévoiler les principaux éléments de compréhension. En nous attachant plus spécifiquement aux faits empiriques, cette lecture nous a permis de mettre en lumière les éléments centraux de l'expérience de chacun des participants. Au cours de cette première analyse, nous avons également passé en revue et sélectionné le matériel complémentaire recueilli sur le terrain : journal de bord, articles de journaux ou de revues, et documents divers.

Par la suite, nous avons dressé une liste des caractéristiques associées aux thèmes centraux, soit l'immigration et les médias. En analysant chacune des entretiens dans sa singularité, nous avons procédé à une mise en relation des discours en fonction de critères précis qui sont l'âge, le sexe et l'occupation. Ainsi, nous avons pu comparer non seulement les différentes pratiques de consommation médiatique en fonction des particularités des participants mais en fonction des parcours migratoires de chacun.

Par ailleurs, le journal de bord, la littérature et les autres documents recueillis au cours de la période d'enquête ont constitué un apport significatif que nous nous sommes efforcée de prendre en compte dans notre analyse. Non seulement ils nous ont permis contextualiser au mieux notre objet d'étude mais ont également facilité l'interprétation des données obtenues.

De plus, notre retour constant aux enjeux théoriques de notre recherche ainsi qu'à notre journal de bord, durant notre travail sur le terrain et lors de la période d'analyses, nous a permis de développer notre questionnement, enrichissant ainsi l'aspect critique de notre réflexion.

Enfin, plutôt que d'accorder un espace particulier à l'interprétation des données, nous avons inclus cette partie d'analyse à l'intérieur de chacun des thèmes abordés. Ainsi, au lieu de reprendre l'ensemble du travail dans un dernier chapitre, nous avons préféré effectuer l'interprétation des résultats au fur et à mesure que nous les exposons.

CHAPITRE VIII

MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE :

ÉLABORATION ET SOUMISSION D'UN QUESTIONNAIRE

Ce présent chapitre a pour objectif de présenter les points saillants de la méthodologie quantitative. Cette partie dresse les principales caractéristiques d'une étude objectiviste ainsi que les étapes de l'élaboration de notre questionnaire. Comme nous l'avons déjà précisé, cette recherche quantitative a été commandée par le Centre d'Études sur les Médias de l'Université Laval afin de jauger, à travers des chiffres, la place des médias francophones, anglophones, et surtout arabophones au sein des foyers nord-africains à Montréal.

8.1 Recherche quantitative

Si les méthodes quantitatives sont apparues dans les études à caractère social en Allemagne au lendemain de la guerre de Trente Ans (1618-1648), lorsque le peuple allemand¹⁵⁴ sentit le besoin de faire le point sur la situation (Grenon et Viau, 2007), il n'en demeure pas moins que « les sciences de l'information et de la communication (SIC) ont eu maille à partir avec [elles] dès les prémices » (Froissart, 2007 : 57).

¹⁵⁴ Le terme « statistique » vient de l'allemand *statistic* qui signifiait à l'origine, « mélange de géographie, d'histoire, de loi, d'administration publique et de science politique » (Grenon et Viau, 2007 : 4).

Tunisiennes ayant, depuis la présidence de Bourguiba¹³⁵, grandi dans une société laïque et acquis un certain nombre de droits et de libertés, les Marocaines ayant vu leurs droits modifiés depuis que Mohamed VI a été promu Roi, et les Algériennes qui se battent encore aujourd'hui pour l'abrogation du code de la famille¹³⁶. Le contexte du pays d'origine est donc décisif et le choix du pays dans lequel le migrant va s'installer repose à la fois sur son parcours, ses motivations, ainsi que la situation internationale.

Les raisons qui poussent les Maghrébins à choisir le Canada comme terre d'adoption sont donc nombreuses. Tout d'abord, le facteur le plus influent repose sur la politique canadienne en matière d'immigration. Comme nous l'avons vu, comparativement à la France, les démarches d'immigration sont plus souples à effectuer, et la promotion, exercée tant par la Délégation générale du Québec au Maghreb que par des agents en immigration, poussent de nombreux candidats à l'immigration à choisir le Québec comme destination. Lors de nos divers séjours au Maghreb, nous avons pu constater à quel point le Canada exerce un pouvoir d'attraction auprès des individus, et ce quels que soient leur sexe, âge, ou situation professionnelle. En réalité, il s'agit bien souvent pour eux de vivre le « rêve américain » mais de le vivre en français. Dès lors, le Québec - de par la langue que l'on y parle, sa situation socioéconomique, sa tranquillité, son respect des droits et libertés de la personne - représente un véritable *eldorado* pour ces Algériens, Marocains, et Tunisiens, en quête d'une vie meilleure. Et, même s'ils n'ont véritablement commencé à immigrer au Québec qu'à partir des années 1990, le désir de rejoindre l'autre rive de l'Atlantique a toujours été présent. Aujourd'hui, cette population nouvellement installée au Québec tente donc de trouver sa place au sein d'une société où l'esprit d'initiative et d'entreprise est encouragé et où l'on peut vivre librement, sans pression ni oppression d'aucune sorte.

¹³⁵ Pour mémoire Habib Bourguiba a été président de la République Tunisienne du 25 juillet 1957 jusqu'au jour de sa destitution le 7 novembre 1987.

¹³⁶ Le Code de la famille algérien décrété le 9 juin 1984 par l'Assemblée populaire nationale algérienne spécifie les lois et les relations familiales en Algérie. Ce code inclut des éléments de la *Charia* soutenue par des islamistes et des conservateurs. Les féministes et les partis de gauche le critiquent en raison des conditions de vie qu'il impose aux femmes. Selon eux, il nie la pleine égalité entre les sexes, notamment en matière de mariage, de divorce ou de tutelle des enfants.

Nous avons tenu à vérifier ce que revêt le parcours migratoire pour des immigrants provenant d'Afrique du Nord. En effet, chacun de nos répondants a pris le temps de nous conter son histoire et de nous relater les raisons de son départ. Non sans peur de partir à la découverte de l'inconnu, ces candidats à l'immigration ont souvent pris la décision de tout quitter afin de construire voire de se reconstruire. En effectuant l'analyse de nos entrevues, nous avons pu associer certaines motivations de départ à des caractéristiques particulières liées à l'âge, au statut, au contexte de la migration (espace et temps), et au pays d'origine. Nous pensons qu'il semble utile voir nécessaire de nous intéresser à ces motivations de départ car comme l'exprime Abdelmalek Sayad (1999 : 56),

Toute étude des phénomènes migratoires qui néglige les conditions d'origine des émigrés se condamne à ne donner du phénomène migratoire qu'une vue à la fois *partielle* et *ethnocentrique* : d'une part, comme si son existence commençait au moment où il arrive en France, c'est l'*immigrant* - et lui seul - et non l'émigré qui est pris en considération ; d'autre part, la problématique, explicite et implicite, est toujours celle de l'adaptation à la société d' « accueil ».

Le peu d'études ou documentaires menées sur les immigrants nord-africains au Québec ne s'attachent à donner qu'une vue parcellaire de cette population. L'image d'individus qui ont quitté des conditions économiques et politiques difficiles pour s'installer dans une société où ils réussiraient économiquement. Lors de nos entretiens, nous avons donc tenté d'éviter de sombrer dans cette vision « partielle et ethnocentrique » de l'immigration. Dès lors, nous avons tenu à appréhender les raisons qui ont poussé ces immigrants à quitter leur pays pour s'installer au Québec. Tout en relatant leurs propos, souvent emprunts d'émotions, nous avons tenu à délimiter les raisons qui ont amené ces individus à quitter leur pays. En réalité, nous avons pu le constater à travers nos entretiens, la plupart de ces individus faisaient partie de l'élite dans leur pays d'origine. Si certains ont quitté leur pays pour améliorer leurs conditions économiques, beaucoup l'ont fait pour étudier à l'étranger, offrir une bonne scolarité à leurs enfants, ou encore pour les femmes de pouvoir vivre leur féminité en toute liberté.

7.1.1 Motifs de l'immigration

Quitter son pays, c'est avant tout se séparer de tout ce que l'on possède au pays, soit des biens matériels, un emploi, des amis, et des parents. Plusieurs de nos répondants ont souligné les difficultés qu'ils ont eues à quitter leurs pays en raison des difficultés à laisser leurs parents derrière eux. Dans ces pays d'Afrique du Nord, comme dans de nombreuses autres sociétés collectivistes, la famille demeure la base même de la structure sociale. Comme le souligne Stoiciu (1993) l'opposition entre individualisme et collectivisme relève de la distinction entre les cultures occidentales modernes centrées sur l'individu, le « moi ». Le modèle individualiste s'articule sur l'autonomie de la personne à l'âge adulte par la nécessaire séparation physique et morale vis-à-vis de sa famille élargie pour sa réalisation personnelle au sein d'une nouvelle famille nucléaire. Stoiciu explique (1993: 16) que ce modèle convient à une vision matérialiste, « à l'idéal de contrôle de l'Homme sur la nature, au cogito cartésien et à la conception du péché judéo chrétien ». Les cultures traditionnelles sont, quant à elle, centrées sur le « nous » et adoptent un modèle collectiviste des cultures non européennes, où l'individu est conceptualisé en termes de relations sociales, modèle où il n'y a jamais de coupure du milieu familial et du groupe d'appartenance. Cette distinction entre le « nous » et le « moi » ou encore entre le « collectivisme » et « l'individualisme » souligne cette distinction dans la conception de l'identité par des individus issus - pour reprendre des concepts pensés par le sociologue allemand, Ferdinand Tönnies¹³⁷ et réappropriés par de nombreux auteurs en sciences sociales - de *Gemeinschaft* et de *Gesellschaft*. Au Maghreb, la prise en charge des parents constitue une obligation autant morale que familiale et le fait de quitter le pays fait naître, surtout chez les hommes, un sentiment de culpabilité. Comme l'exprime cet Algérien (installé au Québec depuis onze ans), « je suis l'aîné de la famille, je ne pouvais pas partir comme ça ». À cette difficulté s'ajoute l'appréhension de certains immigrants, pour la plupart, des professionnels, de devoir quitter un emploi satisfaisant sans avoir la garantie d'en trouver un autre, une fois installé au Québec.

Néanmoins, même si ces éléments se veulent déterminants et amènent de longs questionnements avant de se décider à franchir définitivement le pas, ces individus sont

¹³⁷ Ferdinand Tönnies. 1977. *Communauté et société : catégories fondamentales de la sociologie pure*, Ed. Retz-CEPL.

poussés par la conjoncture économique, sociale, et politique à partir. Ils sont en quête d'une vie meilleure, cherchent à garantir un avenir à leur progéniture, et rêvent, finalement, de pouvoir vivre leur propre « rêve américain ».

À travers les points qui vont suivre, nous tenterons de préciser les principales raisons qui ont poussé nos répondants à faire le choix d'immigrer au Québec.

a) Garantir un avenir à ses enfants

Lors de nos entretiens, nous avons pu constater à quel point le désir de garantir un avenir à ses enfants se voulait décisif dans le choix d'immigrer. Pour de nombreux parents ou futurs parents, permettre à sa progéniture de grandir dans un climat prospère et sécurisant est un élément déterminant. Pour certains, il s'agit même de permettre à ses enfants de vivre ce qu'eux-mêmes ont vécu en des temps plus lointains, période durant laquelle l'Algérie n'avait pas encore sombré dans une guerre fratricide, comme en témoigne cet Algérien installé au Québec depuis onze ans.

Pourquoi on est partis ? D'abord on s'est dit qu'il faut que les enfants voient ce que nous, on a vu durant notre jeunesse. C'est à dire un certain savoir. On a eu accès à une certaine façon de voir le monde. Il faut leur donner cela aussi (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

D'autres parents, des mères surtout, ont souligné la nécessité de permettre à leurs enfants d'étudier en Amérique du Nord au sein de prestigieuses universités. Pour ces parents, il s'agit souvent de faire des sacrifices pour que leurs enfants aient accès à la meilleure éducation.

Je suis venue ici pour l'éducation de mes enfants. Je voulais qu'ils aillent à l'université. Je sais que l'université du Canada c'est reconnu mondialement ! Je veux pour mes enfants une bonne éducation (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

b) Attrait d'une société féministe

Si certaines mères de famille ont choisi de quitter leur pays afin d'offrir ce qu'il ya de mieux à leurs enfants, d'autres nous ont expliqué leur désir de quitter des « sociétés d'hommes » pour s'installer dans un pays où les femmes n'ont pas que des devoirs mais aussi des droits et des libertés. Pour certaines de nos répondantes, le Québec représente donc un espace de liberté dans lequel elles peuvent s'affirmer et se libérer du joug familial ainsi que du poids des traditions.

La société canadienne, connue et reconnue pour sa Charte des Droits et Libertés, attire ainsi de nombreuses femmes - et pas seulement du Maghreb - qui aspirent à davantage de droits. Le statut de la femme étant valorisé au Québec, certaines de nos répondantes ont souligné que leur désir de partir était surtout lié à leur condition de femme soumise aux traditions, à la famille, et à la société dans laquelle elles sont nées. Les propos de cette Algérienne, installée au Québec depuis huit ans, en témoignent.

Quand j'ai quitté l'Algérie, j'étais mariée mais je n'avais pas d'enfant. Je n'ai jamais accepté la situation de la femme en Algérie, surtout dans mon village. Pourtant mon père est quelqu'un d'ouvert et d'intellectuel. Mais moi, j'ai toujours rejeté cette situation. On est écrasées par la société. Qu'on le veuille ou pas, on n'est pas libres d'agir quand on a une société qui nous juge. Je n'ai jamais accepté ça. Je ne pouvais pas faire mes courses toute seule. Bon sang de bonsoir, j'étais une femme! Tu crois que c'est juste, toi? Ça m'a toujours révoltée ! (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Dès lors, nous comprenons que, dans certains couples, ce sont les femmes qui ont émis l'idée d'immigrer. Leur volonté de modifier leur mode de vie, de pouvoir prendre place dans une société ouverte les a donc amenées à choisir le Canada comme pays d'installation. C'est ce que relatent les propos de cette jeune mère arrivée du Maroc il y a cinq ans.

C'était mon idée, pas celle de mon mari, c'était mon idée à moi. Je suis venue pour l'ouverture. Surtout pour l'ouverture, pour voir, changer mon mode de vie (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Nous avons ainsi pu constater que ce désir de « liberté » est souvent prégnant dans la décision d'immigrer. À travers nos rencontres, nous avons pu comprendre que l'Amérique du Nord, et particulièrement le Canada, sont perçus comme des lieux où l'on peut se réaliser en toute liberté, sans peur d'être jugé. Pour d'autres, la décision de partir a été influencée par l'esprit d'initiative, propre à l'Amérique du Nord.

c) En quête d'un système libéral

Comme nous l'avons déjà exprimé, certains de nos répondants étaient déjà installés dans d'autres pays que celui d'origine avant de s'installer au Québec. C'est le cas de ce Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans, qui a fait le choix de quitter la France pour se développer personnellement et professionnellement. Le choix du Québec a été guidé par son attrait pour une société nord-américaine francophone, plus libérale dans ses conceptions et principes d'éducation, que la France.

Je suis né en Tunisie et j'ai vécu en Tunisie jusqu'à l'âge de vingt ans. J'y ai fait des études à l'université en psychologie. Par la suite, ma famille a immigré en France et je l'ai suivie. J'ai vécu en France pendant sept ans, dans une banlieue, Garges-les-Gonesses à côté de Sarcelles. La fameuse banlieue. (...) J'ai travaillé dans un centre d'orientation publique à Bois Colombes, en banlieue parisienne. J'étais donc fonctionnaire du ministère française de l'éducation nationale. Mais mon expérience a été très négative. Je n'ai pas du tout aimé la façon dont on concevait l'orientation professionnelle. À l'époque, le système concevait l'orientation comme étant le classement des élèves qui fonctionnaient moins bien et qu'on dirigeait malgré eux dans des filières de formation professionnelle technique, on ne leur demandait pas leur avis. Ça m'a heurté profondément qu'on puisse disposer de l'avenir des jeunes, juste comme ça, entre professeurs, à la suite de difficultés scolaires. J'ai senti que le conseiller d'orientation dans ce système français à l'époque était utilisé pour cautionner une décision de prof. Et c'est venu heurter mes principes, mais j'étais assoiffé d'épanouissement, de développement personnel, de liberté de choix, et je ne voulais pas que le destin soit décidé par quelqu'un d'autre. Mes auteurs américains que je lisais me laissaient entendre que la vision nord-américaine de l'orientation professionnelle, s'adressait à tous les élèves et pas seulement à ceux qui échouaient dans le système normal : c'est vers ça que je suis venu en choisissant de venir travailler en Amérique du Nord. Je voulais entrer en contact avec cette mentalité qui laisse l'initiative aux gens. C'est ça qui m'a attiré (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

D'autres nous ont expliqué que leur désir d'étudier à l'étranger a été déterminant dans leur décision d'immigrer. En ce sens, si certains parents ont souhaité offrir des études à leurs enfants au sein de prestigieuses universités, d'autres l'ont souhaité pour eux-mêmes.

Mon épouse et moi on avait toujours en tête de faire des études à l'étranger. J'avais eu une bourse en 1976 au temps de Boumediene¹³⁸ pour faire un doctorat en psychologie industrielle à l'université de Chicago, prestigieuse université à l'époque et moi je voulais une bourse en France. Je leur ai dit : « écoutez c'est beaucoup plus proche pour moi envoyez-moi en Europe ». Je n'y suis pas allé [à Chicago]. On avait toujours ce sentiment d'inachevé et à un moment donné certains nous ont parlé du Canada. On s'est dit bon, pourquoi pas ? (Algérien, installée au Québec depuis onze ans).

Ces témoignages expliquent davantage le désir de partir pour réaliser ses propres rêves que par la volonté de fuir une situation désastreuse qui prévalait au sein du pays d'origine. Nous avons pu remarquer qu'aucun de nos répondants n'a invoqué de raisons politiques pour justifier son départ. Nous pensons que cette situation découle directement de la constitution de notre échantillon réalisé à partir de critères précisés dans le chapitre précédent. Rappelons que sont exclus de notre échantillon, les individus ayant vécu un départ précipité, à savoir les réfugiés ou revendicateurs du statut de réfugié. Cette précaution visait à éviter que le sentiment d'insécurité lié à un statut instable ne limite le sentiment de liberté d'expression du répondant. Pour tous nos répondants - immigrants reçus et majoritairement citoyens Canadiens - le choix du Canada et surtout du Québec comme lieu d'installation fût, par conséquent, mûrement élaboré et réfléchi. Un facteur qui se veut primordial puisqu'il tend à faciliter le premier contact avec la société d'accueil. Comme le formule ce Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans, « le contact avec le Québec a été du gâteau pour moi. J'ai vraiment beaucoup beaucoup aimé mon premier contact avec le Québec. Mon parcours migratoire, je n'étais pas venu comme réfugié, je n'étais pas non plus venu pour ma situation économique ». Pour l'immigrant, le contexte de migration est donc décisif pour se réaliser et surtout pour concrétiser son propre rêve, celui de vivre l'Amérique en français.

¹³⁸ Houari Boumédiène, de son vrai nom Mohamed Ben Brahim Boukharouba, fut Président de la République démocratique et populaire algérienne du 19 juin 1965 au 27 décembre 1978.

d) Le rêve américain en français

Dans leur étude sur la consommation médiatique des communautés culturelles au Québec, Proulx et Bélanger (op. cit., p.119) expliquent que « l'univers culturel environnant (reste du Canada et États-Unis) étant (...) fortement anglophone, l'immigré qui touche le sol québécois aura plutôt tendance à vouloir s'intégrer à cet environnement anglophone dominant ». Nous avons tenu à vérifier si cet environnement anglophone avait un réel pouvoir d'attraction sur les immigrants Maghrébins de la Belle Province. En ce sens, nous avons souhaité souligner la place de la langue dans le choix du Québec comme lieu d'installation. Nous avons ainsi pu remarquer que le choix du Québec comme pays d'adoption s'inscrit pour plusieurs, surtout et avant tout, comme un moyen de réaliser le « rêve américain » en français. Le récit de cet immigrant installé au Québec depuis près de quatre décennies souligne ainsi le désir de vivre « son » propre rêve américain.

N'étant pas anglophone, je me suis tourné vers le Canada francophone et c'est le Québec qui m'a attiré tout naturellement. Mon contact avec le Québec c'était comme un coup de foudre. Je trouvais tout ce à quoi j'aspirais à l'époque. J'avais comme tous les Nord-africains ou Européens cette image de l'Amérique. J'étais comme à la recherche d'une « Amérique à moi » comme dit la chanson (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

À la recherche d'une Amérique à lui, une Amérique qui lui ressemble, une Amérique où l'on s'exprime dans la langue apprise sur les bancs de l'école. Comme nous le disions précédemment, les Maghrébins n'ont pas attendu les années 1990 pour découvrir le Québec. En réalité, dans les années 1970, la province francophone exerçait déjà une fascination, et Montréal en particulier.

Je dis souvent à mes étudiants, moi Montréal je la connaissais bien avant de venir. En 1970, Robert Charlebois, je le connaissais en 1970. Tous les matins à Radio Alger, j'écoutais Robert Charlebois... « Je reviendrai à Montréal ». C'était prémonitoire à cette époque là (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

Qu'ils aient été bercés par les chansons de Robert Charlebois ou de Johnny Hallyday, écoutées sur Radio Tunis ou Radio Alger, pour ces immigrants, le choix du Québec comme

lieu d'installation n'est donc pas le fruit du hasard. Nous pensons que ce point est déterminant pour notre étude sur la consommation des médias par les immigrants nord-africains. Le fait que nos répondants aient choisi une province francophone comme lieu d'installation souligne leur volonté de vivre en français. Comme exprimé dans les propos de notre répondant tunisien, le Québec les a « tout naturellement » attirés. En ce qui a trait à notre question de recherche sur la consommation des médias par ces immigrants, il va sans dire que cette volonté de vivre en français peut nous donner un indicateur quant à la langue dans laquelle ils reçoivent les médias. La majorité de nos répondants, hormis les plus jeunes, nous a d'ailleurs relaté sa sensibilité pour la langue française. Et, qu'ils viennent d'Algérie, de la Tunisie ou du Maroc, tous ont, comme les parents de cette jeune répondante d'origine marocaine installée au Québec depuis dix-sept ans, choisi le Québec comme lieu d'installation « parce que c'était francophone ».

7.2 Rencontre avec la société d'accueil

Les premières expériences d'un immigrant sur la terre d'accueil sont toujours des souvenirs marquants. Après avoir vécu de nombreuses épreuves administratives et enduré le déchirement du départ, les nouveaux arrivants doivent s'installer et s'adapter à leur nouvel environnement. Nous avons pu constater que, de manière générale, l'annonce d'avoir été sélectionnés ou encore de faire partie de ces « immigrants choisis » s'est accompagnée dans tous les cas d'un sentiment de fierté.

On a été acceptés en juin 1994. C'est historique ça, j'ai dit en remplissant un papier. Il [l'agent d'immigration] m'a demandé pourquoi. C'est le débarquement des Nord-Américains en Normandie en 1944. C'est historique pour moi (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

Il s'agit donc le plus souvent d'un moment historique puisque chacun de nos répondants nous a conté son arrivée au Québec en nous donnant la date ainsi que le contexte exacts de son arrivée au Québec (conditions météorologiques, notamment). Tous ont en tête cet instant mémorable venu modifier le cours de leurs vies.

On est arrivés par une tempête de neige. De l'aéroport, on voyait le soleil et le ciel bleu, on se disait, il fait beau. On est venus avec des vêtements d'hiver d'Europe, ce n'était pas des canadiennes. On a juste mis le nez dehors, on grelottait. On n'avait aucun contact en arrivant. Malgré la neige, la tempête, ça m'a plu (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Si les premiers instants vécus à l'aéroport sont mémorables, les suivants le sont tout autant. La recherche d'un logement, l'installation, l'inscription des enfants à l'école, l'achat des meubles sont autant d'éléments qui, là encore, ont marqué le parcours migratoire de chacun de nos répondants¹³⁹. La période d'installation et d'adaptation à la société québécoise a ainsi souvent été vécue comme un bouleversement. L'adaptation aux longs hivers québécois, l'individualisme pour des individus provenant de sociétés collectivistes, les conduites, les normes sociales, les valeurs sont autant de facteurs venus créer un choc pour ces hommes, ces femmes, et ces enfants.

Ma famille n'a pas aimé quand je suis arrivé ici ils m'ont dit que c'est le choc. Ce n'est pas possible ça. On n'y arrive pas. C'est un peu la visibilité extérieure, l'architecture, elle était différente de l'architecture européenne, et algérienne et je leur ai dit moi j'aime bien. C'était l'Amérique du Nord. Eux ils m'ont dit non, non, on ne reste pas (Algérien, installé à Montréal depuis onze ans).

Des chocs qui s'accompagnent aussi d'une incertitude, celle de rester ou de repartir. Pour cette jeune Algérienne arrivée avec ses parents il y a onze ans, il s'agissait d'un véritable dilemme. « La première année a été terrible parce que je ne m'y retrouvais pas. Je souhaitais repartir. Le fait de perdre tous mes amis, de refaire mes études, le climat a été un problème, la neige, je ne connaissais pas, passer quatre à six mois, c'était pénible, moralement c'était difficile ». Le temps d'adaptation peut ainsi être long et générer de longs questionnements.

Si nous avons pu comprendre que les premiers chocs ont surtout été « thermiques » ou encore paysagers, ils ont souvent été suivis de chocs culturels résultant directement du regard des répondants sur la société d'accueil. À travers cette analyse, il ressort que les hommes ont moins été choqués culturellement que ne l'ont été les femmes, notamment les mères de

¹³⁹ Nous avons choisi de ne pas nous attarder sur ces éléments qui sont, somme toutes, mémorables pour tout immigrant mais qui, dans le contexte de notre recherche, ne contribueraient pas véritablement à l'avancée de nos travaux.

famille qui ont davantage insisté sur ces différences culturelles. Elles nous ont fait part de leurs peurs de voir leurs enfants adopter certains comportements « québécois », comme, par exemples, quitter le nid familial, adopter certains codes vestimentaires ou encore certains comportements. Comme l'explique cette Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans, « je n'ai pas les mêmes valeurs qu'au Québec. Et ce qui me choque ici c'est que les enfants quittent le foyer familial à dix-sept ans ! ». D'autres « chocs » ont été mis de l'avant. À ce titre, nous pouvons citer le paiement de plusieurs factures au restaurant, la relation des natifs avec leurs animaux, notamment les chiens, ou encore le placement des aînés dans des établissements spécialisés.

De ces situations, naissent des interactions avec le nouvel environnement qui sont fonction de la culture que l'individu porte en lui ainsi que de sa capacité à entrer en contact avec l'Autre. L'immigrant se doit donc d'apprendre à connaître et à conquérir cet environnement et de mettre en place des stratégies de communication. Comme l'exprime Servaes (1989), les différences culturelles entre les modèles oriental et occidental entraînent des modes de communication différents. Pour ces personnes qui proviennent de sociétés collectivistes, le mode de communication est différent de celui qui a cours dans les sociétés individualistes. Stoiciu (*op. cit.*, p. 16) abonde dans le même sens:

Alors que la culture occidentale – fondée sur l'individu, le pouvoir, le conflit et le « faire » - privilégie un mode de communication direct, instrumental, explicite, inductif et orienté vers le communicateur, la culture orientale – fondée sur le groupe, l'harmonie, la hiérarchie et l'être – privilégie un mode de communication indirect, situationnel, implicite, déductif et orienté vers le récepteur. On peut dès lors parler de deux modèles différents de communication : le premier étant le logos aristotélicien, le deuxième étant le pathos platonicien.

Ces modes de communication ainsi que les cadres de référence culturels que l'immigrant porte en lui sont donc déterminants dans son « entrée en contact » avec la société d'accueil et les individus qui la composent.

7.2.1 Entrée en contact avec la société d'accueil

Nous pensons que les relations interpersonnelles avec les membres de la société d'accueil permettent une intégration plus rapide au sein de la société. Dans le cadre de notre enquête, nous avons pu constater qu'avec le temps, les immigrants commencent à se détacher d'un environnement social porté sur les cadres culturels d'origine pour se tourner davantage vers des Québécois. Comme le précise cette Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans,

Je fais parfois des remplacements dans des garderies, je connais donc des Québécoises et je m'entends bien avec mes voisins qui sont Québécois. Je m'entends bien avec eux. Ça peut aider mon intégration, c'est sûr. Au départ, quand je suis arrivée, je suis allée vers des gens de ma culture mais après je me suis ouverte aux autres (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Pour ces immigrants, notamment les femmes, le fait d'établir des liens avec les natifs se veut déterminant pour prendre place dans la société d'accueil. Il s'agit d'une ouverture à l'Autre qui permet de comprendre le fonctionnement de la société. En entrant en contact avec des Québécoises, ces femmes aspirent à apprendre. Les natifs sont ainsi perçus comme des médiateurs ou encore des sources d'apprentissage de la société d'accueil.

J'ai des contacts avec des femmes québécoises, elles me donnent des conseils sur beaucoup de choses. Elles sont très gentilles. Chacun sa culture, je respecte, je demande des choses que je ne sais pas, elles m'expliquent, je ne suis pas contre, ça fait ouverture (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Dès lors, les immigrants, et surtout les femmes, voient la rencontre avec les natifs comme pouvant aider à leur insertion dans la société. Si plusieurs ont souligné leur désir de se tourner vers leurs compatriotes avec lesquels ils ont des affinités linguistiques, sociales, et culturelles, il n'en demeure pas moins que ce rapprochement n'est pas automatique. Nous avons pu constater que le fait d'appartenir à une même culture ou de partager une même religion n'entraîne pas automatiquement des alliances communautaires ou encore l'existence de liens entre des individus provenant d'un même espace géographique. Ceci explique la raison pour laquelle nous avons choisi de ne pas parler de « communauté maghrébine ». Au Québec, la mise en place de contacts solidaires avec des individus du même pays semblent plus difficiles

ou parfois inexistants. Pour les plus jeunes, le constat est le même. Le fait d'aller à l'école avec des Québécois ou des arabes est identique. Cette jeune algérienne, installée au Québec depuis quatre ans et arrivée avec ses parents, « à l'école, j'ai autant de contacts avec les Québécois que les Arabes, je suis neutre ». Cette prétendue « neutralité » exprimée par cette jeune fille résume, selon nous, le positionnement de nos répondants au sein de la société d'accueil dans laquelle ces personnes se disent se sentir particulièrement à l'aise.

Ainsi, la nature des relations sociales que ces répondants établissent avec les groupes sociaux côtoyés dans le contexte montréalais est caractérisée, d'une part, par la distanciation avec les groupes perçus comme culturellement distants et, d'autre part, par le rapprochement avec les groupes perçus culturellement proches. Toutefois, cette distinction n'est pas radicale puisque certains répondants déclarent être plus proches des membres des autres communautés que de leurs propres compatriotes. En réalité, nous pensons que la présence à Montréal d'une double majorité ethnolinguistique participe à la configuration des relations que ces répondants établissent envers les divers groupes ethnoculturels qui y vivent. Bien que la proximité linguistique ait pu être un facteur de rapprochement, les répondants expliquent que leurs relations avec la majorité ne sont pas toujours évidentes. En ce qui a trait aux anglophones, la majorité des répondants explique ne pas avoir de rapports avec les membres de cet autre groupe. Les plus proches des anglophones sont nos répondants les plus jeunes qui fréquentent des anglophones à l'université et qui, surtout, parlent anglais. Comme l'exprime cette jeune algérienne arrivée d'Abu Dhabi avec ses parents il y a quatre ans, « j'ai moins de contacts avec les Québécois qu'avec les Canadiens anglophones ou les orientaux à l'université. Parce que les Maghrébins sont francophones, il n'y en a pas beaucoup à Concordia ».

À travers les témoignages de toutes les personnes que nous avons rencontrées, il ressort que les relations entretenues par ces immigrants, avec la société d'accueil ne se veulent pas difficiles ni même impossibles, et nul n'a exprimé son désir de se replier sur sa communauté d'origine. Néanmoins, la nature des relations sociales que ces répondants établissent avec les natifs - francophones et anglophones - se limitent généralement aux cadres professionnel, éducationnel, ou encore de voisinage.

Au Québec avec le travail, mon mari et moi on a des contacts avec des gens d'ici. J'ai deux amies marocaines mais on fréquente aussi des Québécois. J'ai gardé aussi des jumelles canadiennes, deux petites filles, et comme ça j'ai fait beaucoup de connaissances avec des gens très sympas. J'ai des contacts avec des femmes québécoises, elles me donnent des conseils sur beaucoup de choses. Elles sont très gentilles (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans)

De manière plus singulière, les milieux académique et professionnel sont généralement les endroits les plus propices à l'établissement de liens entre les immigrants et les membres de la majorité francophone. Comme le souligne cette mère de famille,

J'ai autant de contacts avec des arabes - mes copines sont algériennes surtout- mais maintenant je fréquente davantage les québécois. Je fais parfois des remplacements dans des garderies, je connais donc des Québécoises et je m'entends bien avec mes voisins qui sont Québécois. Je m'entends bien avec eux. Ça peut aider mon intégration, c'est sûr (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Nous constatons que l'arrivée s'accompagne le plus souvent de la fréquentation des membres de sa propre culture. Avec le temps, il s'agit de s'ouvrir aux autres, et notamment aux natifs. Comme le raconte cette Marocaine, installée au Québec depuis huit ans, « Au départ, quand je suis arrivée, je suis allée vers des gens de ma culture mais après je me suis ouverte aux autres ».

La seconde tendance, qui caractérise la nature des relations établies par ces répondants avec les groupes ethnoculturels côtoyés dans le contexte montréalais, traduit une volonté d'établir des liens soutenus et durables avec les individus perçus comme culturellement et socialement plus proches d'eux et de leur communauté. Les compatriotes ainsi que les autres Maghrébins sont perçus comme pouvant être susceptibles d'établir des liens plus soutenus avec eux. Le fait d'être confronté aux mêmes difficultés économiques dans la société d'accueil permet de se sentir appartenir à un même groupe.

C'est vrai que j'ai l'impression qu'entre musulmanes, on se comprend mieux. Je peux dire ce que je veux. Je suis plus à l'aise. On se comprend... (Marocaine, installée au Québec depuis huit ans).

Les Maghrébins que nous avons rencontrés se disent tous disposés à dialoguer avec des natifs. Cette revendication d'ouverture peut être interprétée comme étant leur désir de s'insérer dans la société d'accueil et leur volonté d'y rester. Certains affirment être même davantage plus proches des natifs que de leurs propres compatriotes. En effet, parallèlement au fait que l'on constate un rapprochement des répondants envers les individus qu'ils considèrent comme culturellement proches d'eux, il s'avère que certains parmi eux ont souligné le sentiment de méfiance et de rejet à l'égard de leurs compatriotes. Ainsi, l'appartenance à une même origine ou nationalité ne se veut pas, dans tous les cas, un facteur favorisant le rapprochement entre compatriotes. C'est le cas de cette Algérienne, installée au Québec depuis sept ans, qui nous explique : « Je me sens plus proche des Canadiens que des Kabyles. Je me sens mal comprise [par les femmes de ma communauté] ». Pour cette femme, il s'agit d'une difficulté à communiquer et à s'entendre avec des femmes qui proviennent du même pays. Ceci traduit donc un climat de méfiance à l'égard des membres de sa propre communauté.

Par ailleurs, nos répondants ont abondamment souligné la tolérance des Québécois, souvent comparés aux Français, perçus comme étant « plus racistes ». Selon eux, la société québécoise est perçue comme protectrice à l'égard des immigrants. Comme l'exprime cette Algérienne,

Je suis contente de vivre ici, la société m'aide à garder mes valeurs, même s'ils [les natifs] n'aiment pas ça, ils ne le montrent pas. Je ne me sens pas rejetée par la société parce que le Gouvernement nous protège. Il y a beaucoup de lois et c'est ça que j'apprécie au Canada. Ça me protège et c'est bien. Je m'en fous si il ya des Québécois qui sont racistes. Il y a des lois qui nous protègent et ça c'est le plus important ! (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

À travers les propos de cette femme, nous comprenons que ce qui importe dans cette relation avec la société hôte, repose surtout et avant tout sur la capacité du Gouvernement à protéger les immigrants mais aussi de permettre une cohabitation pacifique entre des personnes et des communautés aux origines très variées. Il s'agit là d'une richesse que nos répondants apprécient grandement, et en tirent souvent une certaine fierté. Cela fait naître un sentiment d'appartenance assez fort à la société québécoise.

Le Québec que j'ai connu c'est un Québec généreux, il est généreux dans son espace, l'atmosphère qu'il offre à ceux qui arrivent, des droits qu'il leur donne, de la sécurité qu'ils leur procure, de l'éducation, des secours économiques, de l'aide psychologique qu'on peut y recevoir, du support, ce qui n'est pas le cas de la Tunisie qui est un pays dur malheureusement (tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Comme l'exprime ce Tunisien qui compare son pays d'origine à la société d'accueil, le Québec lui a apporté tout ce qu'il n'a pas trouvé en Tunisie. Ceci a ainsi fait naître en lui un fort sentiment d'appartenance à la société d'accueil.

Par ailleurs, nous avons pu constater une faible implication de ces immigrants dans le domaine associatif et communautaire. Ces réseaux interpersonnels entre les membres de la communauté maghrébine qui pourraient s'avérer importants pour parer à la nostalgie ne se veulent pas indispensables. Quand on leur demande s'ils fréquentent les associations, la majorité nous a répondu qu'elle le fait seulement de manière occasionnelle. Ces espaces communautaires et associatifs ne sont donc pas fréquentés dans le but de parer à la nostalgie mais plutôt en des circonstances le plus souvent festives, comme célébrer le nouvel an berbère, assister à un concert, célébrer le 1^{er} novembre marquant l'indépendance de l'Algérie, ou encore assister à une fête organisée par le consulat du Maroc.

Jamais je ne m'intéresse aux activités organisées par la communauté. Mon mari non plus, on n'est pas proches de la communauté marocaine. La religion c'est très important. C'est rare que j'aille à la mosquée, je dois m'occuper de ma fille. Mon mari va chaque vendredi régulièrement à la mosquée, on est des pratiquants (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Le témoignage de cette femme met en exergue une certaine ambivalence qui se caractérise par un rejet de la communauté d'origine et un fort attachement à la religion musulmane. En ce sens, même si la plupart de ces personnes ne fréquentent pas les associations communautaires, il n'en demeure pas moins qu'elles attachent la plus grande importance à se rendre à la mosquée. Celle-ci, se veut donc un réseau qui fonctionne comme un véritable vecteur de rapprochement entre les individus, et avec les valeurs et la culture d'origine. Elle sert de ciment au groupe. Néanmoins, il faut souligner que tous ne vont pas à la mosquée. Il

s'agit là d'un élément fondamental puisqu'il soulève la question de l'attachement à la culture d'origine.

7.3 Rapport au pays d'origine

La majorité de nos répondants avoue garder un réel contact avec le pays d'origine, ce pays où ils ont laissé, pour la plupart, leurs parents et amis. Pourtant, la majorité de nos répondants, même s'ils y retournent régulièrement – surtout les femmes – avoue en être un peu déconnectées. Souvent, le pays qu'ils ont laissé n'est plus le même tant il a changé politiquement, socialement, et même culturellement. À l'instar de ce Tunisien qui nous explique que son retour en Tunisie s'explique par sa volonté de renouer avec ses valeurs d'origine même si la Tunisie n'est plus à ces yeux, celle qu'il chérissait tant.

Ce qui m'attire en Tunisie, c'est surtout de rendre visite à ma famille, à ma mère qui se fait vieille maintenant. La famille de ma femme. Ce que j'aime dans ma société d'origine, c'est d'abord les personnes, pas la société dans sa globalité. J'y vais pour des personnes qui sont signifiantes pour moi. La société tunisienne je ne sais pas quel sont mes sentiments à l'égard de la société tunisienne dans sa globalité. Je pense que je suis en train de me distancier, de m'éloigner parce que je n'aime pas ce que je vois. Je le déplore pour les gens qui vivent en Tunisie. Je trouve qu'ils vivent une vie difficile. La société tunisienne comme d'autres sociétés est un pays où la compétition entre les gens est féroce. C'est dur du côté du logement, de la circulation, de l'économie, de l'emploi, de la classe socio-économique, je trouve ça atroce, je trouve ça dur. Ce n'est pas un pays que je trouve généreux, ce qui n'est pas le cas du Québec. J'y vais comme je vous l'ai dit pour voir ma famille ou parfois pour reprendre contact avec des valeurs fondamentales qui sont encore vivantes malgré ce désordre de la vie moderne, on trouve des valeurs traditionnelles qui sont encore fortes (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Le retour au pays se justifie ici pour un retour aux sources, une façon de retrouver la famille laissée au pays. Quand la famille n'y est plus, plusieurs répondants – des hommes surtout – ont souligné l'absence de raison de se rendre au pays.

Je reste en contact avec mon pays d'origine, j'ai mes parents là-bas, je reste en contact bien sûr. Mon mari n'est jamais retourné au Maroc depuis qu'il a mis les pieds ici. Ses parents sont déjà morts, il a de la famille mais lointaine, il téléphone à la famille mais il n'est pas retourné (Marocaine installée au Québec depuis cinq ans).

Pour d'autres, les conditions politiques au pays peuvent être aussi perçues comme un frein. Comme l'exprime cet Algérien, installé au Québec depuis vingt-sept ans, « je retourne au pays à peu près chaque année. Quand il y avait le terrorisme, je ne suis pas rentré en Algérie pendant onze ans ». Si certains expriment leur volonté de préserver un lien avec leur pays d'origine, d'autres soulignent la distance qu'ils ont prise peu à peu avec lui.

En somme, nous pouvons dire que ces répondants ne s'inscrivent pas dans une logique de rupture totale par rapport à leurs repères identitaires d'origine. Autrement dit, ceux qui revendiquent les identités acquises au pays d'accueil, ne songent pas à couper pour autant les liens avec leur pays d'origine, ce dernier étant perçu comme un lieu de resourcement, certes, mais aussi de préservation de leurs valeurs. Ils ont la capacité de remettre en cause certaines caractéristiques mêmes de leur pays d'origine même s'ils y sont attachés. Comme l'exprime cette jeune femme originaire du Maroc, installée au Québec depuis dix-sept ans, « le Maroc c'est un beau pays même s'il a ses défauts également. (...) Si je prends le Maroc au niveau de l'emploi, si vous ne connaissez personne, même si vous avez ce que vous voulez comme diplôme vous n'allez pas aller très très loin. »

Nous avons pu constater à quel point le temps modifie l'image que ces immigrants avaient de leur pays d'origine et de la société d'accueil. En somme, le nombre d'années passées dans la société d'accueil est fonction de la relation entretenue avec les pays.

Je pensais repartir après mon baccalauréat. Évidemment, le baccalauréat c'est quatre ans. En quatre ans, il se passe plein de choses. On commence à faire sa petite place. On s'habitue, c'est notre environnement maintenant. L'Algérie, c'est les vacances l'été, mais on est bien contents de revenir au Québec (Algérienne, installée au Québec depuis onze ans).

Comme l'exprime cette jeune femme, ses premières années passées au Québec étaient bercées par le désir de rentrer un jour en Algérie. Le temps passé au Québec a effacé ce projet. Aujourd'hui, l'Algérie représente pour elle un endroit où l'on passe des vacances. En réalité, il n'y a rien d'étonnant à cela. Les repères d'origine s'estompent avec les générations comme nous l'avons précisé dans nos réflexions sur le processus d'intégration (voir ch. I,

section 1.6, page 60). Pour la plupart de nos répondants, ce retour n'est envisagé qu'à long terme, à la retraite. Comme nous l'avons vu, pour nos répondants les relations avec le pays d'origine se maintiennent à travers quelques relations avec des individus provenant du même pays. Il n'existe donc pas de coupure radicale avec le cadre identitaire du pays d'origine. Il s'agit pour ces personnes de revendiquer les repères identitaires du Québec et ceux du pays d'origine. Dès lors, nous nous sommes demandée quel liens ces répondants entretiennent avec leurs cadres culturels d'origine. Précédemment, nous avons souligné la nécessité pour certains de ces répondants de fréquenter la mosquée et de préserver un lien avec la religion musulmane. Mais les valeurs ne reposent pas uniquement sur le facteur religieux. D'autant que certains de nos répondants ne se considèrent pas comme Musulmans. Nous avons donc choisi de préciser la relation qu'entretiennent ces individus avec la langue, la religion, les valeurs d'origine.

7.3.1 Rapport au cadre culturel d'origine

Les cadres culturels du pays d'origine constituent un important médium à travers lequel les immigrants interprètent la situation et déterminent leurs comportements communicationnels dans leur milieu d'accueil et avec les natifs. Trois facteurs structurent particulièrement cette conscience culturelle : la langue parce qu'elle a le pouvoir de nommer, d'interpréter et de véhiculer l'héritage culturel; la religion parce qu'elle transcende le système culturel donné en l'incluant dans une vision globale du monde, et enfin l'appartenance à une race quel que soit son degré d'indétermination, « parce qu'elle renvoie symboliquement à une origine commune qui se traduit en fantasmes obscurs de l'instinct, du sexe, du sang » (Abou, 1981 : 29-47). En ce sens, nous avons tenu à comprendre ce que cette conscience culturelle représente pour nos répondants et avons pu constater toute l'importance d'une conscience basée sur l'arabité, la berbérarité. Les propos de ce Tunisien (installé au Québec depuis trente-six ans), chargé d'émotion¹⁴⁰ témoignent de la relation à l'identité arabe.

¹⁴⁰ C'est avec beaucoup de larmes que ces propos ont été énoncés.

Je pense que ce qui fait le fondement de la culture arabe est encore vivant. On a une culture arabe blessée, a été maltraitée, elle s'est maltraitée elle-même en refusant d'évoluer. La liberté de penser, d'expression, elle s'est sclérosée en imposant la censure. Elle s'est mise à stagner. Le rayonnement de la culture arabe vaut mieux ne pas en parler, il n'y en pas, il y a pourtant la culture arabe et arabo-musulmane, porteuse de valeurs universelles qui méritent d'être soulignées et célébrées. Malheureusement on en parle qu'en termes de mépris, de violence. C'est ça qui me fait dire que la culture arabe est blessée. Je le déplore. Le regard que je porte à la culture arabe est comme celui que je porte à un ami cher, parent ou quelqu'un qu'on admire qui est tombé dans la déchéance.

En réalité, pour beaucoup, cette identité arabe repose essentiellement sur l'importance de l'aspect religieux. Nous avons pu constater l'importance de la religion auprès de ces individus pour qui il s'agit de préserver ces valeurs religieuses mais surtout de les transmettre aux enfants. Il s'agit de vivre au Québec tout en préservant les valeurs qui leur sont propres comme en témoignent les propos de cette jeune femme originaire du Maroc et mère de famille.

J'ai déjà l'expérience, j'ai mis ma fille dans une école francophone de la mission française, elle est très bien encadrée. On n'a pas de problème, elle sait très bien différencier entre les musulmans, chrétiens, juifs. Elle a juste cinq ans mais même pour la nourriture elle sait tout. Pour le moment, elle sait quand même faire la différence entre les choses. Elle te dit franchement, je ne mange pas de cochon. C'est comme ça qu'elle le dit mais elle le sait. Et quand il y a l'*adan*¹⁴¹ à la maison, ça me fait plaisir, elle laisse tout et elle commence à chanter, moi ça m'aide beaucoup dans son éducation religieuse (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

Pour cette mère, tout comme pour ce père de famille tunisien, le maintien des valeurs culturelles de la société d'origine passe par la transmission des valeurs religieuses aux plus jeunes.

Mes propres enfants sont nés au Québec. Du point de vue identitaire, ils sont à la fois Québécois, Canadiens mais ils parlent de beaucoup de choses avec nous aussi, ils font la prière, ils font le ramadan. On n'a pas tellement cherché à inculquer les valeurs religieuses à nos enfants, ils y sont venus d'eux-mêmes. Ça semble être tout à fait naturel pour eux. On n'a pas eu à les obliger ou à les endoctriner ou à les inciter (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

¹⁴¹ Appel à la prière.

À travers ces discours, nous constatons l'existence de deux formes d'éducation et de préservation des valeurs. Si la jeune femme marocaine explique son désir ainsi que sa fierté de voir sa fille prêter attention aux rites musulmans, ce Tunisien insiste sur la nécessité de donner le choix aux enfants. Celui de pratiquer ou non, sans avoir à les « endoctriner ».

7.3.2 Le rapport à la langue et à l'identité

La langue est un critère très important, surtout dans le pays d'immigration puisqu'elle est le véhicule d'un ensemble culturel ou de pensée. Elle révèle aussi les liens que conservent les deuxièmes générations avec le pays et la culture d'origine de leurs parents. Les langues arabe et berbère tiennent une place relativement importante chez nos répondants. La majorité d'entre eux affirment parler arabe ou berbère à la maison.

Je suis comme beaucoup de Maghrébins de ma génération, on s'exprime dans les deux langues parce que l'arabe ne nous permet pas toujours de trouver des mots qui cadrent avec la communication moderne, le vocabulaire arabe est assez difficile, c'est plus facile parfois d'exprimer certaines choses ou de les nommer en français. Donc on utilise les deux. À nos enfants nous essayons d'inculquer la langue arabe. C'est un patrimoine et on ne veut pas le laisser perdre. J'ai fait des études d'arabe classique et des études en français. Ah ! La langue arabe c'est l'océan pacifique, la langue française aussi, je les aime toutes les deux. La beauté existe dans les deux, la beauté de l'une sert à faire aimer la beauté de l'autre. Plus on aime une langue, plus on aime les autres langues. Pour ce qui est de la langue arabe, elle est incomparable. Pour ce qui est de la langue arabe, la poésie arabe, je me dis les Européens, les Occidentaux sont supérieurs à nous dans bien des domaines sauf qu'au niveau de la langue, de la littérature et de la poésie, nous faisons jeu égal. Ahmed Chawki¹⁴² est aussi fort que Lamartine. La langue arabe est complexe très riche elle est faite pour la poésie pour véhiculer des images, des émotions même si j'imagine que les Italiens ou les Espagnols sont capables de dire les mêmes choses. C'est pour ça que l'on parle en arabe à nos enfants et à nos petits enfants. Je suis papi et on essaie d'inculquer la langue arabe à nos petits-enfants même si ma petite-fille comprend l'arabe mais elle répond en français (Tunisien installé au Québec depuis trente-six ans).

¹⁴² Ahmed Chawqi (1868 - 23 octobre 1932) fut un poète et dramaturge égyptien. Considéré comme l'un des pionniers de la littérature arabe moderne, il a notamment introduit les épopées en littérature arabe. Il aussi composé une poésie unique, largement considérée comme la plus importante du mouvement littéraire arabe du XX^{ème} siècle.

La préservation de la langue arabe ou berbère permettrait ainsi de préserver la culture. Pour certains, la langue se veut bien plus importante que l'aspect religieux. Il s'agit avant tout de revendiquer une spécificité linguistique, certes, mais surtout identitaire. À l'image de cet homme originaire de Kabylie, installé au Québec depuis cinq ans, qui précise « Moi, je ne parle pas arabe, je parle le kabyle et le français ».

En ce qui a trait à la manière qu'ont ces répondants de définir leur identité, nous avons pu constater que la plupart d'entre eux ne se dit pas « Québécois » mais plutôt « Canadien », en rapport à la citoyenneté qu'ils ont acquis.

Je me sens davantage Canadienne que Québécoise. Je vais évoluer dans cette société et me donner une chance pour trouver un travail ici. J'ai mes repères ici, je vis ici, je suis Canadienne (Algérienne installée au Québec depuis quatre ans).

Vivre avec plusieurs repères identitaires et rencontrer des individus de tous bords semble être vécu comme une richesse. La plupart de nos répondants assume fièrement leur « ambivalence » identitaire ainsi que leur devoir vis-à-vis de la société d'accueil. Ils assument fièrement leur double identité et leur devoir de citoyen dans la société d'accueil.

Je trouve qu'on ne peut pas avoir une seule identité mais un mélange de plusieurs identités : la coexistence de plusieurs identités. Je me sens très Canadien, je me sens même plus Canadien que d'autres Canadiens. Si on me disait, parle-nous de la société canadienne, qu'est-ce que vous savez ? Je suis persuadé, en toute humilité, que je connais les rouages de la société québécoise et canadienne beaucoup mieux que des Canadiens eux-mêmes. Je me sens très informé sur la politique, le contexte social, le système scolaire, le droit, l'économie, la finance, la politique étrangère. Je suis quelqu'un qui aime s'informer et qui aime découvrir. Je me sens très intégré à la société québécoise mais je me sens aussi Tunisien, je me sens aussi Musulman, je me sens Européen quelque part. En moi subsistent plusieurs identités puis j'ai l'impression qu'elles coexistent en moi-même sans conflit, elles s'enrichissent, elles se complètent. J'évolue au sein de mes identités multiples avec beaucoup d'aisance. J'aime ce que je suis même si je suis multiple. C'est peut être ça l'unité. (...). Mais c'est ça la vie, c'est un joyeux désordre. Je trouve que ce qui est à l'origine de toutes ces tensions. C'est parce que les gens veulent s'identifier soit dans un clan soit dans un autre. La nature est diverse, foisonne de toutes sortes d'espèces de couleurs. Je vois ma vie comme étant à l'image de la nature. Je vis dans la complexité, la diversité. Il faut coexister comme le microcosme coexiste (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Cet extrait révèle la transformation perpétuelle à laquelle est exposée l'identité de ces répondants dans le contexte de la migration. Ils se définissent sur la base de plusieurs référents identitaires qui sont alimentés par les expériences vécues dans les différents pays traversés. Ces individus vivent aisément ce processus d'hybridation identitaire. Revendiquant une identité hybride composée d'apports du pays d'origine, de la religion, de la société d'accueil, ce Tunisien met de l'avant le fait de prendre en considération plusieurs identités. Ceci révèle surtout une capacité à transformer son identité dans le contexte migratoire. Ainsi, ces immigrants se considèrent donc comme Tunisiens, Musulmans, Arabes, Kabyles, Algériens, Marocains mais rarement comme Maghrébins. Ils se présentent aussi comme des Canadiens vivant au Québec. Rarement ils se considèrent comme Québécois. Selon Stoiciu (1993 :18), au Québec, le sentiment d'appartenance s'exprime davantage « autour d' » « une culture commune » et d'une « mémoire collective » ancrées dans une langue déterminée, le français, qu'autour d'une communauté d'intérêt, ou de la civilité comme au Canada anglais ». Ce rapport à l'histoire qui resurgit rituellement dans les médias, pourrait, selon l'auteure, augmenter les difficultés d'intégration des immigrants. Et, ajoute-t-elle, cela est d'autant plus vrai pour les immigrants provenant de société à mémoire traditionnelle - comme c'est d'ailleurs le cas pour les pays du Maghreb - pour qui le sentiment d'appartenance à la communauté d'origine sera renforcé par ce discours. Cette identification partielle ou exclusive comme Canadien, cette difficulté de se définir comme Québécois serait ainsi expliquée par le fait que la connotation de l'identité québécoise (« je me souviens ») ne renvoie pas à un mode de vie mais à une identité de souche, à un passé et à un destin particulier de minorité française au Canada. Dès lors, nous pouvons, tout comme Proulx (1994) nous demander « de quelle façon les immigrants peuvent-ils alors s'intégrer au sein d'une société ambiguë du point de vue de son identité nationale? » Selon lui, l'identité d'un groupe se construit à partir du contexte dans lequel ce groupe choisit de se situer. Ainsi, une communauté d'immigrants se définira a priori comme un groupe minoritaire sur le territoire d'une culture majoritaire (Proulx, 1994).

Malgré cet aspect de l'identité qui se veut somme toutes fondamentale, nous observons une coexistence plutôt harmonieuse de différents cadres culturels, ce qui favorise chez les immigrants une transformation culturelle qui se manifeste par la conservation ou le rejet

sélectif des valeurs de la culture d'accueil et de la culture d'origine. Une telle transformation donne naissance à un sentiment d'identité partagé entre deux ou plusieurs cultures.

Notre famille était reconnue au Maroc pour vivre à l'européenne. Le fait de vivre ici au Québec, on n'a pas eu de problème avec la langue ou la culture. Mes parents ont choisi le Québec parce que c'était francophone (Marocaine, installée au Québec depuis dix-sept ans).

La plupart de nos répondants, pour ne pas dire la majorité, se définit à travers divers référents identitaires alimentés par les différents pays dans lesquels ils ont vécu. Comme nous l'avons précisé, plusieurs ont vécu « ailleurs » après avoir quitté leur pays d'origine et avant de s'installer définitivement au Québec. Ceci leur permet donc de vivre ce processus d'hybridation identitaire où la culture du pays d'origine empreinte de valeurs musulmanes se conjugue à une francophone. Comme le souligne Dominique Schnapper (1986), le bricolage culturel et identitaire n'est pas contradictoire avec la volonté de fidélité à la culture d'origine. Dans bien des cas, à partir d'éléments empruntés, ce bricolage va s'effectuer autour de ce qu'elle appelle le « noyau dur » de la culture d'origine, c'est-à-dire les valeurs, les normes et les pratiques qui paraissent aux intéressés essentielles à la préservation de l'identité collective et de l'honneur tels qu'ils se les représentent. Tout ce qui constitue le « noyau dur » est transmis dès la petite enfance, comme par exemple la conception des rôles sexuels, ou encore les prescriptions alimentaires. Comme le précise le chercheur, si les immigrants s'accrochent à ces fragments de culture, c'est que cela leur permet d'affirmer une identité spécifique et de faire la preuve de leur fidélité à la communauté d'origine. Cependant, qu'ils le veuillent ou non, leur système culturel évolue. Même quand ils se croient parfaitement fidèles à leur tradition, des changements se produisent dans leurs références culturelles et il leur est impossible de rester complètement imperméables à l'influence culturelle de la société environnante. Ainsi, plus leur séjour s'allonge au sein de la société d'accueil, et plus cette influence sera décisive. Le pays d'origine sera donc perçu dans cette optique de bricolage. Nous avons pu constater que la distanciation avec le pays d'origine est davantage marquée auprès de ceux qui sont installés au Québec depuis plusieurs décennies. Ceux-ci revendiquent une identité hybride et recomposée et se définissent le plus souvent comme des êtres partagés entre plusieurs repères culturels. Cela suscite en eux le sentiment d'appartenir à des entités

plus large, comme le fait d'être Néo-Canadien, ou Algérien, Marocains, Tunisien, installé au Québec. Comme l'exprime ce Tunisien installé au Québec depuis trente-six ans :

Je trouve qu'on ne peut pas avoir une seule identité mais un mélange de plusieurs identités : la coexistence de plusieurs identités. Je me sens très Canadien, je me sens même plus Canadien que d'autres Canadiens. Si on me disait parle-nous de la société canadienne, qu'est ce que vous savez ? Je suis persuadé en toute humilité, je connais les rouages de la société québécoise et canadienne beaucoup mieux que des canadiens eux-mêmes. Je me sens très informé sur la politique, le contexte social, le système scolaire, le droit, l'économie, la finance, la politique étrangère. Je suis quelqu'un qui aime s'informer et qui aime découvrir. Je me sens très intégré à la société québécoise mais je me sens aussi Tunisien, je me sens aussi musulman, je me sens Européen quelque part. En moi subsistent plusieurs identités puis j'ai l'impression qu'elles coexistent en moi-même sans conflit, elles s'enrichissent, elles se complètent. J'évolue au sein de mes identités multiples avec beaucoup d'aisance. J'aime ce que je suis même si je suis multiple. C'est peut être ça l'unité. L'unité c'est l'harmonie de cette diversité qui peut exister en moi. Je passe de l'une à l'autre sans avoir l'impression que je suis déchiré ou en contradiction. J'aimerais que les gens comprennent la vie avec toute la complexité et la richesse mais sans ressentir de tension. Les gens gèrent mal la complexité et la diversité, ils éprouvent toujours le besoin de coller une étiquette ou de nous mettre dans un tiroir ou de se mettre dans un tiroir. Je le déplore. Ils veulent organiser le monde comme un ensemble de boîtes fermées les unes sur les autres tandis que moi je me vois dans un tiroir où il y a toutes sortes d'objets hétéroclites. Tout le monde a le droit de se trouver dans cet ensemble, de communiquer, d'être différend, complémentaires et en harmonie, un joyeux désordre (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Ils se définissent sur la base de plusieurs référents identitaires qui sont alimentés par les expériences vécues. Mais, pour autant, aucun de nos répondants n'a exprimé le désir de se détacher totalement de son pays d'origine. En somme, ils ne se coupent pas de manière radicale du pays d'origine ni même de la culture d'origine. Même si de nombreux hommes ne retournent que rarement au pays, les femmes, quant à elles, éprouvent un besoin de ressourcement, de voir les parents. En réalité, nous avons pu comprendre que la survie lointaine des parents entraîne un désir de rejoindre le pays. Quand les parents sont décédés ou que ceux-ci vivent aussi au Québec, le cordon ombilical les reliant à la mère-patrie est coupé.

Je reste en contact avec mon pays d'origine, j'ai mes parents là-bas, je reste en contact bien sûr. Mon mari n'est jamais retourné au Maroc depuis qu'il a mis les pieds ici. Ses parents sont déjà morts, il a de la famille mais lointaine, il téléphone à la famille mais il n'y est pas retourné (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Ils revendiquent le besoin de signifier leurs repères identitaires d'origine tout en revendiquant ceux acquis au Canada. Ces identités multiples à travers lesquelles ils naviguent ne sont pas perçues comme conflictuelles mais au contraire utilisées dans une logique de complémentarité. Ils ne s'inscrivent pas une logique de rupture par rapport à leurs repères identitaires d'origine et ne songent donc pas à couper les liens avec le pays d'origine. Les repères identitaires valorisés par ces répondants génèrent chez eux certaines stratégies d'insertion, reflets de leur volonté de s'enraciner en pays d'adoption.

Les répondants se définissent sur la base de plusieurs référents identitaires qui sont alimentés par les expériences vécues. Par contre, les cultures des immigrants ne peuvent donc être confondues de façon réductrice avec leurs cultures d'origine (voir ch. I, section 1.1.3, page 33). Prises globalement, comme systèmes, les cultures des immigrants ne cessent d'évoluer, même si certains éléments particuliers peuvent être conservés dans un état quasi inchangé. Ce sont des cultures syncrétiques, métisses, dont certains auteurs ont pu dire qu'elles se constituaient sur le mode du « bricolage », comme c'est souvent le cas des cultures issues de contacts culturels profondément asymétriques. La troisième culture est le résultat d'un processus de syncrétisme où les éléments des deux cultures en présence se combinent pour donner naissance à un produit nouveau et autonome.

Ces immigrants mobilisent donc des efforts afin de reconstituer un chez-soi, sinon un réseau de semblables, en terre d'accueil ou reproduisent et perpétuent au sein de nouveaux espaces représentatifs de leur univers originel. Néanmoins, si ces populations font preuve de nostalgie et créent une dynamique pour préserver leurs cadres culturels d'origine, il n'en demeure pas moins que l'immigrant ne regrette pas forcément tout ce qu'il a pu laisser derrière lui. Fourcade et Legrand le confirment. Selon eux, « les déchirements ressentis, et parfois exacerbés par des élans nostalgiques, ne font pas oublier la dureté des conflits, des crises, des trahisons qui ont forcé le départ » (2008 : 7).

Relativement aux expériences d'interaction qu'il a eues avec son environnement d'origine et celui de la société d'accueil, le répondant va donc définir différemment son intégration. La perception étant un élément essentiel dans le processus de décodage de l'information transmise lors du processus de communication, celle-ci permettra de révéler les comportements que l'immigrant a avec la société.

7.4 Intégration

Les repères identitaires valorisés par nos répondants génèrent chez eux certaines stratégies d'insertion, reflet de leur volonté de s'insérer en pays d'adoption. Cette intégration se traduit surtout et avant tout sur le plan économique par l'obtention d'un emploi. Ce facteur est vu comme une condition cruciale à leur intégration. Plusieurs extraits d'entrevue rendent ainsi compte de cette idée qu'une intégration réussie, passe par l'obtention d'un emploi. Une situation qui crée des frustrations chez bon nombre d'entre eux car leur niveau de formation élevé n'est pas sanctionné par un niveau de revenu correspondant.

Mon mari n'a pas trouvé un poste dans son domaine. Son diplôme a été reconnu, ils lui ont donné l'équivalence. Au Maroc, il était analyste financier, mais ici il n'a pas trouvé. Il a travaillé mais c'était pas bien payé. Maintenant il fait un certificat de planificateur financier. Il a été obligé de reprendre les études pour que, comme on l'espère, il puisse avoir un bon travail (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans)

D'autres témoignages abondent dans le même sens, soit le lien existant entre l'emploi et l'intégration. Certains expriment d'ailleurs leur réticence à l'égard d'une certaine conception d'intégration, comme l'exprime bien l'extrait suivant :

Je déteste le terme intégration. C'est toujours à nous de faire quelque chose. Nous essayons de trouver un emploi, on vient avec nos diplômes et pourtant il a bien fallu qu'on retourne aux études pour se faire des contacts et se trouver un emploi. Ce n'est jamais gagné. Intégrez-vous pour les Québécois, c'est oublier d'où tu viens, ton origine, ta religion, ta langue maternelle, adopte-nous de A à Z (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans)

Ainsi, quand nous les avons questionnés sur l'intégration, tous ont insisté sur la nécessité de ne pas confondre « intégration » et « assimilation ».

On vous dit vous êtes les bienvenus au Québec, le Québec est une terre d'accueil, on fait ceci pour les immigrants, vous recevez de l'aide et tout ça mais on ne parle pas du fait que l'on oublie les origines. On ne parle pas du tout de religion. Et quand on arrive ici, hop, il ne faut pas porter le voile. Si vous venez au Québec, il faut être comme nous. Non, je ne viens pas pour être comme toi, je suis moi. J'essaie de m'intégrer dans la mesure du possible mais je ne veux pas m'effacer. Quand on est arrivé, il y a huit ans, c'était tranquille, je me sentais vraiment chez moi. Je sens qu'un fossé s'est creusé. La population est en train de se diviser. Ça va vers les ghettos de France. Comme ils sont connectés sur la France, on va se retrouver dans la même galère que les immigrants en France. Pas aussi grave mais ça va vers ce sens. Ça a commencé comme ça en France (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Cet aspect soulevé par cette jeune femme algérienne permet de souligner que trop souvent, selon ces immigrants, on essaie davantage de les assimiler que de les intégrer. En réalité, cette perception varie, selon nous, en fonction du nombre d'années passées au Québec. À ce propos, nous constatons que les secondes générations, les plus jeunes de nos répondants (âgés de 15 à 20 ans) expriment leur désir de préserver la culture de leurs parents, ou en tous cas certains aspects de cette culture, tout en sachant que cela peut servir d'obstacle à leur pleine intégration à la société québécoise.

Moi, je ne connais pas grand-chose de la société québécoise parce que je suis plus intégrée à la société canadienne. Je pense qu'on doit faire des choses comme les Québécois pour être acceptés par eux, on doit comme s'assimiler. C'est plus question de religion, ça fait partie de la culture la religion. Je suis pratiquante, j'ai du mal à m'intégrer car par exemple quand on sort et qu'on doit prendre un verre moi je ne peux pas. Ça empêche mon intégration, je me sens tout le temps à part, de côté. Je peux jamais participer aux fêtes « wine and cheese ». À part ça, je me sens intégrée. Pour moi c'est se sentir être un membre de la société. Je pense que c'est la vie sociale pas professionnelle qui compte. Tu peux avoir un travail et ne pas être intégrée. Je pense que c'est avoir un entourage, des amis canadiens et québécois. Pour l'instant, je n'ai pas encore trouvé ma place là-dedans (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Nous voyons en contrepartie que l'obtention d'un emploi n'est pas une condition déterminante pour tous les répondants. Pour cette jeune femme algérienne arrivée au Québec avec ses parents, l'intégration passe par des relations sociales avec les natifs. Avoir des amis québécois se veut donc un élément important pour s'intégrer à la société d'accueil.

Néanmoins, si cette jeune femme met l'accent sur cet aspect, il n'en demeure pas moins que la majorité a souligné l'importance de relever un défi, celui de participer activement à l'édification de la société. Œuvrer et non pas uniquement consommer.

À la base, personnellement, la société québécoise elle ne donne pas l'occasion ou elle n'aide pas, je vais parler de la communauté marocaine, à s'intégrer vraiment dans la politique et tout ça. C'est toujours du côté négatif qu'ils vont parler. Ce n'est pas l'intégration de sortir, de prendre le métro, de faire le centre d'achat et de participer à la consommation. La consommation ils y sont intéressés mais pas à l'intégration (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

À travers nos entrevues, il ressort que la définition de l'intégration est perçue différemment en fonction du nombre d'années passées au Québec. En ce sens, nous avons pu constater l'euphorie dans laquelle les immigrants arrivés il y a plus de trente ans au Québec parlent de leur intégration contrairement à ceux qui y sont arrivés depuis moins de quinze ans. En témoignent ces deux propos totalement différents et qui viennent illustrer cette ambivalence.

Le contact avec le Québec a été du gâteau pour moi. J'ai vraiment beaucoup, beaucoup aimé mon premier contact avec le Québec. Mon parcours migratoire, je n'étais pas venu comme réfugié, je n'étais pas non plus venu pour ma situation économique. J'étais bien en France, j'étais bien implanté. J'étais fonctionnaire du Gouvernement français. J'avais un salaire qui permettait de vivre correctement. C'est une question je dirais même philosophique qui m'a attiré en Amérique. J'étais venu pour faire autre chose que ce à quoi on me destinait dans le contexte français. C'est un choix qui est plutôt de l'ordre de l'épanouissement personnel et moral plutôt que pour des considérations économiques. Donc mon parcours est peut être un peu atypique par rapport à l'ensemble des immigrants. C'était en 1971. À l'époque, c'est très peu d'années après l'Expo 67 qui a été un moment fort dans le développement du Québec, dans le rayonnement du Québec. Avec l'Expo 67, il y a eu une expo qui est moins connue mais qui s'appelait Terre des Hommes. Comme son nom le suggère, c'était le Québec qui s'ouvre à l'ensemble de la Terre. Il y avait aussi le sillage de mai 68. Il y avait comme une effervescence culturelle, humaniste et moi je suis arrivé dans cette atmosphère là. L'économie était ouverte, les gouvernements engageaient beaucoup d'employés dans le secteur public, l'emploi était facile. Il y avait comme une euphorie sociale, économique et culturelle. J'ai bénéficié de cette atmosphère privilégiée (Tunisien, installée au Québec depuis trente-six ans).

Pour cette femme algérienne, arrivée il y a quatre ans, l'obtention d'un emploi se veut beaucoup plus complexe que pour cet homme. Elle explique :

Être intégrée, c'est travailler. Il n'y a pas mieux. Se sentir à l'aise, être acceptée avec mes valeurs, c'est l'acceptation aussi. Surtout surtout par le travail, le fait d'être accepté dans le milieu. Mais je suis déçue du Canada côté travail, je ne pensais pas que c'était comme ça (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Il semblerait que les conditions à l'obtention d'un emploi dans les années 1970-1980 étaient plus faciles ou bien, peut-être, encore parce que la crise des accommodements raisonnables, le 11 septembre 2001, la guerre en Irak n'étaient pas passés par là.

Le 11 septembre ne nous a pas aidés, les médias ne nous ont pas aidés non plus. Les autorités de nos pays d'origine ne nous ont pas aidés. La majorité des gouvernements n'ont pas été élus démocratiquement. Ils n'ont pas aidé à projeter une image positive de nos communautés (Algérien, installé au Québec depuis trente ans).

Les personnes arrivées plus récemment expliquent donc leur déception et évoquent l'idée que l'intégration relève de la responsabilité du pays d'accueil qui se doit d'offrir aux immigrants, toutes origines confondues, la possibilité de participer à son essor économique.

Est-ce qu'ils cherchent à intégrer les gens qui arrivent avec leurs diplômes et tout ça ou est-ce qu'ils les laissent de côté ? Ils leur donnent pas de travail et ils leur disent il faut s'intégrer ! Nous on est intégrés puisqu'on est venus, on a eu des enfants ici, on en a ramené d'autres, alors on veut rester ici mais l'intégration, il faut que ça soit des deux cotés d'après moi (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Cette insertion se traduit aussi par un désir de participer à la vie sociale et politique dans le pays d'adoption. Voter ou avoir des relations amicales avec les membres de la société d'accueil se veut déterminant. Comme l'exprime cette Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans, « je m'intéresse à la politique car je sais qu'un jour je vais voter ». Plus que le simple fait de voter, cette Marocaine, définit l'intégration de son mari à travers son implication au sein d'un parti politique.

Suivant leurs expériences vécues dans leurs interactions avec la société d'accueil, les immigrants définissent différemment ce qu'est, pour eux, une « intégration réussie ». En ce sens, leur définition reflète une vision rétroactive sur le processus d'intégration, et en même temps un souhait ou un idéal pour leur avenir et celui de leurs enfants. Ils notent aussi l'importance de différencier l'intégration de l'assimilation. Les stratégies d'intégration relèvent de la dimension économique (emploi, formation, habitudes de consommation) et la dimension des interactions sociales (contexte de travail, contexte de logement, associations culturelles, associations religieuses, espace public).

Dans son ouvrage consacré aux Algériens exilés en France et au Canada depuis les années 1990, Myriam Hachimi Alaoui (2007 : 73) qualifie l'insertion professionnelle des Algériens installés au Canada de « précaire¹⁴³ » car marquée par une forte déqualification.

On leur refuse l'emploi, on les discrimine, on trouve que leurs noms sont bizarres, que les CV ne sont pas adéquats qu'ils ne sont pas capables de se débrouiller dans cette société. On ne leur donne aucun coup de mains et on s'attend après à ce qu'ils s'intègrent et quand ils ne s'intègrent pas on le leur reproche. Je trouve que la situation est un peu injuste à leur égard. Il faut faire un travail de présence en facilitant l'intégration par l'emploi. Qu'on le veuille ou pas je pense que le plus puissant facteur d'intégration c'est l'emploi (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Ainsi, comme nous l'avons déjà souligné, parmi les facteurs favorisant l'insertion des Maghrébins à la société québécoise, on constate que le marché du travail joue donc un rôle considérable. Au-delà de son aspect économique, celui-ci permet aux nouveaux arrivants de s'adapter à leur terre d'accueil. De plus, nous avons pu remarquer que les premières expériences d'interaction avec la société d'accueil et avec les natifs ne se passent pas toujours

¹⁴³ Comme le précise Hachimi Alaoui, le terme précaire renvoie au sens que Serge Paugam, sociologue français lui attribue dans son ouvrage *Le Salarié de la précarité. Les nouvelles formes de l'intégration professionnelle* (2002). Paugam distingue deux formes de précarité : la « précarité du travail » définit l'expérience des salariés qui nourrissent un rapport à l'emploi insatisfaisant. Dans cette situation, les salariés éprouvent le sentiment d'être plus ou moins inutiles et nourrissent la conviction que leur contribution à l'activité productrice n'est pas valorisée. La seconde, la « précarité de l'emploi » désigne l'expérience des individus dont l'emploi ne répond pas à la norme de la stabilité. Ces deux caractéristiques spécifient l'intégration professionnelle précaire.

comme les nouveaux arrivants l'imaginaient en débarquant au Québec. Nous avons tenté de répertorier les éléments qui, selon nos répondants, pouvaient freiner cette intégration.

a) Manque d'expérience, un frein à l'intégration?

Les Maghrébins qui arrivent au Québec possèdent, pour la plupart, un important bagage académique et professionnel en raison des critères sélectifs du ministère de l'Immigration. De plus, comparativement à d'autres groupes d'immigrants au Québec, leur bonne connaissance du français devrait normalement faciliter leur intégration sur le marché du travail. Pourtant, plusieurs personnes rencontrées nous ont confiée qu'elles n'arrivaient pas aussi facilement qu'elles l'espéraient à prendre leur place au sein de cette nouvelle sphère économique. Tout d'abord, tous ne parviennent pas à faire reconnaître leurs diplômes ou encore leurs expériences professionnelles vécues antérieurement au sein du pays d'origine. Ces nouveaux arrivants se font souvent fermer les portes du marché du travail sous prétexte qu'ils n'avaient pas d'expérience en terre canadienne.

La problématique de la concurrence en termes inégaux avec ceux de la société d'accueil est aussi soulevée dans l'extrait suivant :

Tu me demandes de tout refaire, vos emplois vous savez où les donner. Il faut avoir de l'expérience québécoise ou canadienne. Comment faire si tu ne me donnes pas la chance de travailler ? Tu me fermes les portes parce que même si j'ai un diplôme français, je n'ai pas l'expérience. Comment veux-tu m'intégrer ? (Algérien, installé au Québec depuis six ans).

Parmi les difficultés éprouvées au cours de leur recherche d'emploi, les répondants nomment la difficulté à faire reconnaître leurs diplômes par les ordres professionnels ou les organismes réglementant certains métiers, qu'ils perçoivent comme des corporations qui les disqualifient de façon délibérée. Ils soulignent aussi que les employeurs ne reconnaissent pas leurs équivalences, puisqu'ils préfèrent nettement s'appuyer sur l'expérience de travail canadienne pour évaluer les compétences. En ce qui concerne ces deux aspects, les répondants en viennent à penser qu'il existe une réelle contradiction entre les politiques de sélection, qui valorisent les diplômes, et la réalité du marché de l'emploi, qui remet ceux-ci en question. Ils

soulignent également le manque de confiance en leurs compétences qu'ils perçoivent de la part des employeurs ; ce manque de confiance se traduisant par une série d'exigences qu'ils jugent peu appropriées à leur situation d'immigrants récents (avoir une expérience de travail canadienne ou être bilingues, entre autres). Ces exigences sont alors vues comme autant d'obstacles mis délibérément en place par les employeurs de manière à justifier leur élimination du processus d'embauche.

Les discours de nos répondants montrent très clairement que les attentes qui sont liées à leur décision d'immigrer au Québec conditionnent les perceptions des démarches à faire et des difficultés éprouvées en matière de recherche d'emploi. De plus, nos répondants rencontrés rejettent ce que les intervenants appellent la « nécessaire déqualification professionnelle » qu'implique toute migration.

L'intégration, c'est de donner du travail aux gens ! C'est pas quelqu'un qui est venu creuser ou faire...il n'est pas venu pour ça ou aller dans une compagnie pour faire des boutons ou bien de la confection. Si tu viens d'arriver de ton pays et que tu es diplômée et que tu veux travailler et que tu as déjà travaillé dans d'autres pays, par exemple, le directeur, il te dit toi tu viens d'arriver il te faut l'expérience canadienne. Toi tu viens d'arriver, comment veux-tu avoir cette expérience ? Nous on a fait l'expérience canadienne, mon mari a loué un bureau et s'est mis à son propre compte comme consultant pour faire cette expérience et là il n'a pas encore trouvé (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

La majorité des répondants ont spécifié que pour s'intégrer, il faut avant tout obtenir un emploi et ceci passe le plus souvent par un retour aux études.

On s'est tout de suite mis à l'université, quatre mois après on était à l'université. On commençait à s'intégrer, on s'est dit pour nous l'intégration passe par ça. C'est à dire l'université. (...) Pour moi, je n'ai eu aucun problème d'intégration, on s'est intégré parce qu'en tête on avait un schéma qui date depuis bien avant qu'on vienne ici (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

Nous avons aussi remarqué que ces professionnels ont souvent des difficultés à accepter un emploi qui ne soit pas à la hauteur de leurs compétences. L'idée de se contraindre à effectuer

un emploi qui n'exige aucune formation spécifique - notamment dans les manufactures - laisse un sentiment d'amertume et les dévalorisent.

J'ai aussi un ami algérien qui est venu en tant qu'informaticien, il est venu de France. Il travaille à la compagnie *Mexx*, tu connais *Mexx* ? La marque de vêtements. Je lui ai demandé où il travaillait il a dit moi j'ai fait des études mais maintenant je poursuis une formation en « cartonnologie ». Il s'occupe des cartons ! Il emballe. C'est ça l'intégration? Est-ce qu'ils cherchent à intégrer les gens qui arrivent avec leurs diplômes et tout ça ou est-ce qu'ils les laissent de côté ? Ils ne leur donnent pas de travail et ils leur disent il faut s'intégrer ! (...) Y a beaucoup de Marocains qui sont repartis définitivement au pays. Au Maroc, on connaît beaucoup de gens qui sont revenus. Il y en a qui ont tout vendu leur maison et tout ça et ce n'est pas n'importe qui vient du Maroc. Ce n'est pas des gens qui vont creuser et tout ça. Non c'est des informaticiens algériens formés à Paris ou des Marocains, des médecins. (...) On est venus pour s'intégrer et on veut que le gouvernement s'intègre aussi avec les immigrants. Quelqu'un qui a beaucoup d'expérience et de diplômes, qu'il essaie d'abord. L'intégration c'est qu'on reconnaisse nos capacités. Ce n'est pas s'intégrer au centre d'achat ou au Wall Mart, à la Baie pour acheter et être juste là pour consommer (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Pour certains, la déqualification professionnelle est souvent vécue comme une perte de statut, voire même une atteinte à la dignité de la personne. Enfin, face à cette forme d'exclusion structurelle, qui vise principalement la population immigrante, plusieurs ne sentent pas avoir leur place au sein de la société québécoise.

b) Quand intégration rime avec anglicisation

Face à cela s'ajoute un autre problème, celui de la langue. Même si le français ne pose généralement pas de problème, la majorité de nos répondants a expliqué avoir une faible connaissance de la langue anglaise. Or à Montréal, cette langue est tout autant exigée que le français. Une situation paradoxale voire surprenante. Alors que le Québec leur a ouvert ses portes justement parce qu'ils sont francophones, ils doivent aussi parler anglais pour pouvoir travailler. De plus, nous l'aurons compris, la maîtrise de la langue du groupe majoritaire francophone n'assure pas à nos répondants un meilleur accès au marché du travail. En effet,

le bilinguisme implicite et unilatéral qui structure ce marché à Montréal place les Maghrébins dans une position plutôt défavorable. Comme l'explique cette femme :

En plus de ça, ils vont exiger d'un étranger qu'il parle deux ou trois langues alors que les Québécois ne sont pas forcément bilingues. Ils parlent juste le français. (...) On est dans une société québécoise, ils veulent vraiment parler français, je ne comprends pas pourquoi ils exigent d'être bilingues et parfaitement bilingue écrit, parlé. Je trouve que c'est trop demandé et du moment que t'as un diplôme d'ici ou d'ailleurs j'ai l'impression qu'ils le reconnaissent pas. Pour eux, c'est l'expérience. Si t'es voilée, ils vont dire le voile, si t'es pas voilée, c'est l'expérience, si ce n'est pas l'expérience, ils vont te dire t'es pas bilingue (Marocaine, installée au Québec depuis dix ans).

Cette difficulté reliée à la langue vient expliquer la raison pour laquelle certains ne peuvent pas avoir accès à un emploi.

Je n'ai pas eu de difficulté à trouver de travail parce que je parle anglais¹⁴⁴. Mon mari oui. C'est un grand handicap pour celui qui ne parle pas anglais. Chaque fois, ils lui demandent s'il sait parler anglais (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Il s'agit d'un point fondamental qui vient générer des questionnements ainsi que de la déception puisque la plupart ne pensait pas avoir à parler anglais en vivant dans une province francophone. Hormis quelques répondants installés au Québec depuis plus de dix ans et ayant obtenu un emploi en lien avec leurs qualifications, la plupart - notamment les femmes - se disent déçues. Pour celles-ci, finalement, le rêve américain n'était pas au rendez-vous.

c) Quand intégration rime avec déception

La définition de l'intégration repose donc essentiellement sur l'obtention d'un emploi. Il s'agit là d'un critère décisif, tant pour les femmes que pour les hommes. Ce projet d'une réussite à l'américaine se transforme bien souvent en déception. L'image qu'ils avaient du Québec et sur laquelle ils avaient fondé leur projet migratoire semble faussée.

¹⁴⁴ Cette personne était professeur d'anglais en Algérie.

Côté travail, je ne pensais pas que c'était comme ça. J'ai cherché du travail et je n'ai pas trouvé. Dans le domaine de la petite enfance. J'attends toujours mais j'ai espoir, peut-être je vais trouver. J'ai toujours espoir, *wallah* [je le jure], je le garde. Peut-être, ils vont me donner un jour. Moi, je ne suis pas intégrée. C'est vrai qu'être intégré c'est avoir un travail. Si on ne travaille pas, comment vivre ? C'est ça l'intégration ! (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Cette déception laisse place à de l'amertume qui vient remettre en question le projet migratoire de certaines personnes.

Au Maroc, je travaillais. Ma situation a changé en mauvais pas en mieux. *Ana* [moi] puisque je suis venue, je suis restée mais ma situation a changé en mauvais pas en mieux. Je me sens insatisfaite, ça c'est la vérité. Avant de venir, parce que je voyais des gens, des voisins qui venaient mais je ne savais pas c'est quoi le Canada, ce que j'allais voir, j'ai cru que les diplômes de mon mari, ce qu'il faisait, ce qu'il travaillait, il va trouver un travail, il va toucher un bon salaire et tout ça mais quand on est venus on a été vraiment déçus, la vérité. J'ai cru que des gens diplômés, avec des certificats et bien éduqués, et tout ça ils vont trouver quelque chose de mieux mais eux peut-être ils font venir les gens, les immigrants comme ça pour les faire travailler dans des compagnies, des manufactures, avec la main d'œuvre, ils cherchent d'autres choses. Ce n'est pas le cas de mon mari, il ne peut pas, lui, faire ça. On a été déçus. Lui, mon mari, il est déçu mais il fait un certificat, il tente sa chance, on ne sait jamais. Mais c'est ça la vérité, on a été déçus. Pour nous ce n'est pas une bonne affaire. Si c'était à refaire ? (silence). Alors on a été déçus, c'est la vérité qu'est ce que tu veux que je te dise ? (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

d) Quand intégration rime avec participation

Si certains sont amères voire déçus, d'autres, surtout des hommes, sont heureux de contribuer au développement de la société. Pour ces individus, participer, est le véritable moyen de s'intégrer. L'intégration n'implique donc pas que des droits mais aussi des devoirs.

S'intégrer c'est participer au développement de la société, tout en préservant ses valeurs. Elles sont humaines, on a un devoir envers cette société. Pourquoi pas apporter un plus à cette société là ? On est Canadiens de confession musulmane. On doit mettre l'accent sur la participation citoyenne (Algérien installé au Québec depuis vingt-deux ans).

Ce Tunisien, installée lui aussi au Québec depuis plus de trois décennies abonde dans le même sens. Selon lui, l'intégration passe par un travail sur soi.

Ils [les immigrants] pensent qu'ils peuvent obtenir un emploi juste parce qu'ils ont un diplôme et que l'emploi serait comme un dû, automatique. Ce n'est pas un dû. Le diplôme est moyen d'avoir un emploi mais ce n'est pas le seul. Ce n'est pas un moyen suffisant. Il faut faire une démarche, développer des façons de voir, développer des stratégies, savoir communiquer (Tunisien installé au Québec depuis trente-six ans).

À travers ces deux témoignages, nous comprenons que tout n'est pas perdu. Si l'intégration repose sur l'obtention d'un emploi, nous constatons aussi qu'elle est fonction du temps. Car si l'on y regarde de près, ces deux personnes qui viennent préciser la nécessité de participer à l'édification d'une société ainsi qu'à une véritable participation citoyenne sont installées au Québec depuis bien plus longtemps que les quatorze autres répondants. Ceci précise l'utilité d'avoir diversifié notre échantillon car il permet de voir les différences entre les hommes et les femmes, ainsi que les générations quand il s'agit de définir l'intégration et même plus, sa propre intégration. Il est vrai que l'on peut alors se questionner sur le désir de rester ou de partir. Le retour au pays pourrait représenter un moyen de se sortir de ces difficultés économiques. Nous avons vu que ces répondants ont, pour la plupart, émis le désir d'entrer en contact avec la société, et d'adopter certains traits spécifiques à la culture du pays d'adoption. Ont-ils en tête le désir de retourner au pays ou cela relève-t-il davantage du mythe?

e) Installation définitive ou retour au pays?

Certains immigrants ont tendance à maintenir et à valoriser leurs repères identitaires d'origine, et, par conséquent, à mettre en place des stratégies d'insertion tournées vers leur pays natal. Selon nous, une réelle participation à la société d'accueil ne se réalise qu'une fois que les individus ont satisfait leurs préoccupations essentielles, à savoir l'obtention d'un emploi. Ces difficultés à s'intégrer entraînent forcément d'autres questions relatives à la question du retour.

Moi j'envisage de retourner mais mes parents non. Je souhaite repartir soit au Maroc soit en Algérie, le pays de mon mari. Mais ça serait un pays musulman. Je vais vous le dire carrément. C'est la question du voile parce que *veut veut pas*, moi je ne le porte pas, ma mère non plus mais j'ai envie de le porter. Ce n'est pas que j'ai envie de le porter « comme ça » mais parce que c'est un cheminement que toute personne devrait faire. Ça fait deux ans que je veux le faire et ce qui me freine un peu, je me dis, j'ai une famille, je sais que sur le marché du travail, c'est un frein. Je l'ai vu. Le pire dans le voile, ce n'est pas une question d'être arabe. Il ya des Québécoises [converties] qui le portent (Marocaine, installée au Québec depuis dix-sept ans).

Nous remarquons ainsi que certains immigrants n'écartent pas un éventuel retour au pays d'origine en cas de besoin. Ainsi, le pays d'origine représente toujours une solution de rechange ou un lieu de refuge.

Ma sœur et son mari retournent définitivement au pays. Beaucoup de diplômés et pas de travail et même avec leurs diplômes ils ne sont pas intégrés alors... Ils ont peur pour l'éducation de leurs enfants. Ils se sont sentis rejetés mais ils ont fait l'effort de rester. Pourquoi rester à chômer ou encore sur le *besbes* [le bien-être social tel que désigné par les Maghrébins au Québec]? Au départ, elle voulait sa citoyenneté et repartir mais avec les enfants... Son fils est entre les deux... Pas d'ici et distant de son pays natal. Il aime le Québec mais doit repartir au Maroc (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans)

Dans cette perspective, l'intégration est envisagée sous l'aspect d'une résidence à long terme plutôt que celui d'un enracinement dans la société d'accueil. Comme le décrit Sayad (1999 : 303),

Hésitant indéfiniment entre la présence durable qu'il n'ose s'avouer et le « retour » qui, sans être jamais résolument écarté, n'est jamais envisagé sérieusement, l'immigré est voué à osciller constamment entre, d'une part, les préoccupations d'aujourd'hui et d'ici et, d'autre part, les espérances rétrospectives d'hier et d'ailleurs, attentes eschatologiques de la fin de l'immigration. Si telle semble être la condition de l'immigré et, plus particulièrement, de l'immigré maghrébin, la moindre crise dans son itinéraire d'immigré – chômage, maladie, accident, infraction, d'abord, à la réglementation qui le concerne en propre et, ensuite, plus généralement, à la réglementation commune, etc. – a nécessairement des répercussions qui atteignent l'immigré au plus profond de lui-même, en son identité d'immigré.

Si certains pensent à repartir un jour, on a pu constater la difficulté de faire le saut. À l'image des immigrants maghrébins en France, ce retour s'apparente davantage à un mythe. D'autres

envisagent de quitter le Québec non pas pour un retour au pays d'origine mais souhaitent rejoindre l'Europe, notamment la Belgique et la France.

Chaque dix-huit mois, je repars au Maroc mais je ne veux pas rester ici au Québec. Ailleurs qu'au Québec, en Europe oui. Au Maroc, il y a moins de possibilités mais moi j'aimerais aller vivre en Europe. Ma situation ici versus celle du Maroc, je suis obligée d'être là et de rester là à cause des problèmes personnels mais pas de la communauté. La situation que j'avais au Maroc était beaucoup mieux qu'ici professionnellement et socialement. Quand j'étais encore célibataire peut-être cela aurait été le cas mais là en tant que femme divorcée et mère célibataire, je crois que ça ne serait pas la même chose (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

Même si ces répondants ne songent pas au retour définitif vers le pays qui les a vus naître, celui-ci est perçu comme lieu de ressourcement. Nous avons pu constater que la question du retour se pose surtout par ceux qui ont du mal à trouver un emploi et par conséquent à trouver leur place dans la société québécoise. Soulignons, par ailleurs que si certains parents souhaitent partir, ils préféreraient néanmoins que leurs enfants vivent au Québec.

Mais j'espère repartir un jour en Algérie, pas mes enfants mais moi oui. J'aimerais qu'ils restent ici pour assurer leur avenir (Algérienne installée au Québec depuis quatre ans).

Pour d'autres, il s'agit d'une réelle incertitude qu'il vaut mieux laisser au destin, le *Mektoub*.

Partir ou rester ? C'est difficile de répondre à cette question parce que quand j'étais au Maroc, avant de venir ici, on s'est jamais dit que je vais venir au Canada, on ne sait jamais. Je sais pas exactement mais... peut-être mais je n'ai pas de programme pour ça parce que ça c'est le destin, je réponds ça. Je ne sais pas si les Québécois croient au destin... C'est Dieu qui décide (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

En réalité, le retour au pays est présenté comme un « mythe » car le retour au pays de façon définitive n'est pas envisagé et encore moins pour ceux qui ont des enfants. Une situation qui n'est pas sans rappeler la situation des Maghrébins en France durant les années 1970 qui ont longtemps caressé le désir de rentrer au pays. Avec la venue des épouses et la naissance des enfants, ces projets de retour se sont finalement transformés en véritable mythe.

Nous avons pu voir à quel point l'intégration de ces immigrants maghrébins se veut complexe de part la situation économique dans laquelle ils se trouvent. Si s'intégrer repose, selon la majorité de ces personnes, sur l'obtention d'un emploi, nous verrons dans la sous-section qui va suivre comment les médias contribuent, eux aussi, à leur intégration à la société d'accueil.

7.5 Consommation médiatique

Dans le processus d'intégration des immigrants, les médias représentent des sources d'information importantes. Les médias de masse et les réseaux d'information jouent un rôle important et sont reconnus comme des outils de renforcement et de cohésion d'une société ou d'une culture. Au Québec, 52 stations de télévision sont reliées à quelques grands réseaux généralistes, dont quatre (deux publics et deux privés) se partagent une large part du marché francophone : TVA (33 %), Société Radio-Canada (19 %), TQS (13 %), Télé-Québec (3 %). Par ailleurs, 43 chaînes canadiennes (29 anglophones, 13 francophones, 1 ethnique) et 17 chaînes américaines sont offertes sur le câble qui touche 73 % de la population québécoise. On y offre une dizaine de télévisions spécialisées en français dont TV5, Canal Vie, Musique Plus, Le Réseau de l'information, la Télévision communautaire de Vidéotron, Télétoon, Canal Savoir¹⁴⁵. À cela, s'ajoutent de nombreuses stations de radios et plusieurs journaux francophones et anglophones.

Pour les immigrants, les médias constituent une source privilégiée d'images et d'informations concernant leur pays d'accueil. Ils permettent de comprendre le fonctionnement de la société d'accueil. Selon nous, les rapports de ces immigrants avec la société d'accueil vont influencer sur leur mode de consommation médiatique. Les médias se veulent donc importants dans l'intégration des immigrants à la société québécoise, en particulier durant les premiers mois de leur installation. Dès lors, nous pouvons nous demander quelles relations ils entretiennent avec les médias de la société d'accueil et ceux de la culture ou du pays d'origine.

¹⁴⁵ Informations extraites de l'article de Proulx (2001).

a) Relation des immigrants avec les médias de la société d'accueil

À travers notre étude, nous avons pu constater que la consommation des médias francophones varie en fonction de la place de l'individu dans la société québécoise. En ce sens, en fonction de sa place dans la société et du nombre d'années qu'il a passées au Québec, l'immigrant consommera différemment ces médias locaux. Comme nous l'avons vu précédemment, le regard de nos répondants sur la société varie en fonction de la place qu'ils y occupent. En ce qui a trait à leur consommation médiatique, il ressort de notre étude qu'elle est aussi fonction du parcours et du bagage psycho-socio-culturel de chacun.

Nous avons pu comprendre que les médias canadiens et, surtout, québécois sont consommés afin de s'informer des divers enjeux de la société d'accueil. Comme l'exprime cette femme : « parfois, je regarde TQS quand il y a des émissions d'informations. Nhab [j'aime] « Caféine¹⁴⁶ ». Il y a des informations, beaucoup de conseils, je regarde le matin, et j'aime ça ». Ce genre d'émission permet de connaître davantage la société d'accueil et de se tenir informés sur divers sujets, notamment sur les actualités locales, les activités culturelles ou la météorologie. Les médias locaux permettent ainsi d'appréhender la société québécoise et les journaux ainsi que la télévision offrent ainsi beaucoup d'informations.

Quand je suis arrivée, pendant que je faisais des études, j'étais branchée sur les chaînes québécoises parce qu'il fallait que j'apprenne plus sur la société, son fonctionnement, le système politique. Je m'étais abonnée au journal « Le Devoir ». Je le lisais tous les jours. Je regardais les journaux anglophones parce qu'ils présentent l'information différemment. Ils ont le journal pour le Québec et pour tout le reste du Canada, ce n'est pas le cas des journaux québécois, ils s'intéressent plus à la population anglophone. Ils proposent des reportages que les francophones n'auraient pas eu l'idée de présenter (Algérienne, installée au Québec depuis onze ans).

Les principaux médias du pays d'accueil consommés par nos répondants sont la télévision et les journaux et sont utilisés comme des outils éducatifs et informationnels. Les sujets qui les intéressent portent sur la société, la politique, et l'économie du Québec.

¹⁴⁶ Magazine matinal présenté sur TQS le matin de 5h30 à 9h.

Je regarde RDI le matin, les seules émissions canadiennes que je regarde sont « la facture » parce que c'est très liés à mon métier, j'apprends beaucoup, c'est plus un cours intensif et « Grands reportages », ça reste de l'international (Algérienne, installée au Québec depuis onze ans).

Ce mode d'utilisation restreint du média de la société d'accueil laisse supposer qu'il n'y a pas beaucoup d'émissions qui invitent nos répondants à la consommation. En effet, nous avons pu constater que les programmes de divertissements étaient beaucoup moins appréciés, tout comme les téléromans d'ailleurs.

Parfois, l'après-midi, je zappe sur TQS, il y a des films américains, c'est des beaux films. TQS, c'est la seule chaîne québécoise que je regarde. C'est des films qui racontent des histoires de familles, de femmes et ça fait passer le temps, le temps que mes enfants rentrent de l'école. Mais je n'aime pas les téléromans. Les personnages, l'histoire, en plus j'ai du mal avec l'accent (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Par ailleurs, la majorité des répondants explique être vraiment intéressée à recevoir les nouvelles du pays d'accueil mais énonce une certaine frustration quant aux informations émises par les médias de masse canadiens et québécois, notamment en ce qui a trait à la couverture du Proche-Orient ou encore du pays d'origine. Comme le précise cette femme:

Les informations au Québec, ce n'est pas la même chose. Je veux tout voir. On ne nous présente pas tout. Je vais voir ailleurs surtout quand il y a un événement important en Algérie, un attentat, quelque chose d'important (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Pour certains, le besoin de regarder les informations du pays d'accueil s'explique par un événement marquant au sein de celle-ci. Comme le précise cette Algérienne qui, finalement, a découvert les informations québécoises, le jour de la tuerie de Dawson¹⁴⁷.

¹⁴⁷ Pour mémoire, cette fusillade au collège de Dawson a eu lieu le 13 septembre 2006 à Montréal.

Les informations sur TQS ce n'est pas la même chose. Je veux tout voir. On ne présente pas tout. Je vais voir ailleurs surtout quand y a un événement important en Algérie, un attentat, quelque chose d'important. Mais tu vois quand y a eu la tuerie à Dawson, dans l'école. Là, je suis restée toute la journée devant TQS. J'ai eu très peur pour mes enfants, je voulais savoir ce qui se passait. Mes enfants étaient à l'école et là j'ai vraiment eu très peur. À des moments, t'es obligée quand y a des événements. En plus, on vit avec eux, t'es obligée. C'est normal. (Algérienne, installée au Québec depuis cinq ans)

Les médias sont donc utilisés dans un but précis ou encore pour satisfaire des besoins spécifiques. Les récepteurs choisissent donc les contenus censés répondre à leurs besoins. En ce sens, nous avons pu constater l'intérêt des femmes pour le journal *Métro*, quotidien gratuit distribué dans le métro montréalais. Si la majorité des femmes nous en a parlé, aucun homme n'a néanmoins soulevé cet aspect.

Moi, je lis le journal « Métro » que je trouve vraiment intéressant. On trouve tout rapidement. Les nouvelles du Canada, du Québec, du monde, et le courrier des lecteurs. Il y a vraiment beaucoup de choses dans ce journal « Métro ». Je le lis pour avoir l'information (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Le quotidien « Métro » donne ainsi l'information mais revêt un caractère très important, sa gratuité. (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Je lis juste les journaux « Métro » et « 24 heures », c'est gratuit et ça donne des nouvelles du Canada et du monde (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

b) Représentation des Maghrébins dans les médias locaux

En ce qui a trait à cette question de la représentation, la majorité de nos répondants s'accorde sur le fait qu'elle n'est pas représentée adéquatement par les médias du pays d'accueil.

Je ne me sens pas du tout représenté par les médias canadiens et québécois encore moins. J'ai participé il y a maintenant deux ans à une journée tenue par la Société Radio Canada qui voulait consulter, avoir des opinions sur sa façon d'intégrer d'avantage les minorités culturelles dans l'appareil de l'information de Radio-Canada et je pense que Radio Canada a ressenti le besoin de tenir cette journée là parce que les minorités culturelles n'étaient pas représentées suffisamment (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans)

Cette Algérienne abonde ainsi dans le même sens et explique :

Je ne me sens pas représentée par la télévision québécoise. Je sens qu'il y a juste des documentaires sur les musulmans ou les arabes, juste pour les critiquer pas pour montrer leur culture. Je n'ai jamais vu des journalistes arabes ! Juste les choses négatives et surtout les accommodements raisonnables ! (Algérienne, installée au Québec depuis huit ans).

Les amalgames faits entre « arabes », « immigration », « terrorisme », « Islam » sont autant d'éléments qui font penser que ces immigrants y sont mal représentés.

Vous voulez la vérité... Parfois ce que je lis sur les musulmans, je n'aime pas. On n'est pas représentés, c'est plutôt négatif. On nous montre juste le mauvais côté. Et les médias canadiens ou québécois, c'est pareil ! (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Les médias francophones au Québec sont donc, selon la majorité, loin de les représenter.

C'est les extrêmes qu'on montre. Nous on a rien à voir avec ça. Quelques fois, je vois des jeunes filles parler de la religion, des représentantes, des jeunes filles avec le hidjab et tout. Elles viennent avec un double statut. Elles s'expriment très bien, elles détruisent un certain mythe, un certain préjugé à ce moment-là. Mais y a de moins en moins de gens qui nous représentent. Y en avait qui passaient et qui faisaient de très bonnes analyses sur RDI. Je crois que maintenant c'est le sensationnel qui prime. Il y a une côte d'écoute (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

Toutefois, même si la majorité affirme ne pas être représentée par les médias de la société d'accueil, nous n'avons pu déceler aucun lien entre cette représentation et la sous-consommation de ces mêmes médias. En réalité, nous avons pu constater que ce qui freine la consommation des chaînes de télévisions québécoises et canadiennes repose pour l'essentiel sur le prix du câble. En effet, plusieurs de nos répondants nous ont expliqué qu'ils n'ont « pas les moyens d'avoir le câble » (Algérien, installé au Québec depuis huit ans). Cette femme marocaine installée au Québec depuis sept ans explique :

Actuellement, je n'ai pas le câble, mais si je l'avais, je vais regarder les programmes du câble comme avant. Moi, j'ai annulé le câble, c'est cher. Je me réabonnerai quand on aura de l'argent, quand on aura le travail, on pourra regarder les émissions québécoises (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

À travers les propos de cette femme, nous pouvons comprendre que ce qui vient freiner la consommation des chaînes de télévisions locales repose sur le prix du câble. Pour certains, il est donc moins cher d'installer une parabole que de s'abonner à Vidéotron ou à Bell Express Vue, principaux fournisseurs du câble au Québec.

En ce qui a trait à la langue de consommation des médias, nous constatons que les plus jeunes de nos répondants consomment les médias en anglais, essentiellement. Comme nous l'avons vu précédemment (voir ch. III, sect. 3.6.3, p.131), peu importe leur milieu linguistique, les jeunes sont particulièrement friands de programmes anglophones.

Je loue des films américains que je regarde en anglais ou je vais sur Internet surtout sur *Dailymotion*, je cherche la série que je veux et je la regarde. C'est mieux. Je ne regarde pas la télévision québécoise, mais juste la télévision canadienne anglophone et des chaînes américaines via le câble. En fait, je regarde avant tout la télévision en anglais (Jeune Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Pour cette jeune Algérienne arrivée avec ses parents au Québec il y a quatre ans, il s'agit de consommer les médias en anglais sur le câble ou encore sur Internet. Pour les parents que nous avons rencontrés, il s'agit, surtout, de consommer les médias en arabe ou encore en français.

Les chaînes francophones, je les regarde moins que les chaînes arabes. Moi, contrairement à mes enfants, je ne regarde pas la télévision en anglais, je ne parle pas anglais. Eux, ils regardent surtout la télévision anglophone. (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Toutefois, les médias anglophones sont consommés par quelques-uns de nos répondants. Ceux-ci expliquent cette consommation par une volonté d'apprendre à mieux parler anglais et de pouvoir s'informer de tout ce qui se passe au Canada.

Pour perfectionner mon anglais, je regarde les émissions américaines. En plus, je trouve que les anglophones ont un regard plus complet, c'est global, canadien, pas uniquement québécois. Ce n'est pas que des faits divers, les anglophones vont bien au-delà de ça. C'est plus riche (Algérienne, installée au Québec depuis onze ans).

Enfin, en ce qui a trait aux médias ethniques au Québec, et notamment l'émission « La caravane du Maghreb », nous avons pu comprendre qu'ils ne font pas l'unanimité auprès de nos répondants. Ainsi, les journaux ethniques sont lus un peu au hasard. Pour les femmes, lors d'une visite chez la coiffeuse, et pour les hommes quand ils vont en trouver un exemplaire chez un commerçant (boucherie halal, par exemple).

Ainsi, les médias locaux sont essentiellement consommés dans le but de s'informer de ce qui se passe au sein de la société d'accueil. À travers les propos de nos répondants, nous comprenons que ces médias ne sont pas consommés dans le but de se distraire. En fait, pour résumer la manière dont la majorité de nos répondants conçoit les médias québécois, nous avons choisi de citer les propos de cette femme d'origine algérienne. Selon elle, « Les téléromans ne reflètent que le quotidien des Québécois. L'information donne le minimum. Si ça barde quelque part dans le monde, on va le savoir mais sans plus » (Algérienne, installée au Québec depuis onze ans). En d'autres termes, au regard de ces immigrants que nous avons rencontrés, les médias québécois ne représentent pas suffisamment le caractère multiculturel du Québec, et les informations qui y sont offertes ne s'intéressent pas suffisamment à ce qui se passe dans le reste du monde. Nous comprenons ainsi la conception que ces immigrants ont des médias locaux. Les propos de nos répondants nous ont permis de définir des liens éventuels entre cette conception et la consommation des médias arabes au Québec. La sous-section suivante s'attachera à présenter la place des médias arabes auprès de ces personnes que nous avons rencontrées.

c) Relation des immigrants avec les médias arabes

Grands consommateurs de médias, nos répondants ont tous évoqué le désir de s'informer sur leur pays d'origine. Cette situation motive en grande partie leur consommation des médias arabes. Toutefois, s'ils ont le désir de s'informer, ils ont aussi celui de se détendre, de pallier la nostalgie, d'oublier leur quotidien. Les médias du pays d'origine viennent ainsi répondre à une demande de ces immigrants en matière d'information mais aussi de divertissement qu'ils ne retrouvent pas dans les médias locaux.

À travers notre enquête, nous avons pu constater à quel point les antennes satellites et l'Internet sont venus révolutionner les liens que ces immigrants entretiennent avec leurs culture et pays d'origine. En ce sens, la disponibilité des journaux du pays d'origine sur le réseau Internet permet à ces immigrants de recevoir les nouvelles de leur pays d'origine. Les forums et les articles contribuent ainsi à débattre d'événements qui les concernent même s'ils en sont séparés par des milliers de kilomètres. Les hommes, surtout, nous ont expliqué lire davantage la presse du pays d'origine que celle de la société d'accueil.

On n'a pas encore la parabole mais ce qui remplace c'est Internet. Je lis tous les journaux algériens tous les soirs : « Liberté », « El Watan », et « El Moudjahid », le journal officiel. Je vais sur Yahoo.fr sur le côté Agence France Presse pour voir si on dit la même chose. Le journalisme en Algérie s'est tellement développé qu'on peut leur faire confiance. Les grands journaux sont là, ils scrutent la société (Algérien, installé au Québec depuis onze ans).

Internet permet ainsi de s'informer de la situation au sein du pays d'origine ou encore dans le reste du monde arabe. Comme l'exprime cette jeune Algérienne, il est important de savoir ce qui se passe dans le pays où elle est née.

Je lis les journaux algériens sur « Algérie Info » pour voir ce qui se passe en Algérie, deux à trois fois par semaine. Al Jazeera diffuse tout mais pas les affaires intérieures de l'Algérie (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Comme nous l'avons souligné précédemment, la majorité de nos répondants trouve que les médias locaux sont avares en matière d'informations en ce qui a trait à l'international. Il s'agit donc pour eux de prendre l'information à sa source et de la compléter avec celle diffusée par les médias locaux. Comme le précise cet Algérien, il est nécessaire de prendre en compte plusieurs versions de l'information, celle du monde arabe et celle de l'Occident.

J'aime lire ce que mon ami dit et ce que dit aussi mon ennemi. J'apprends à faire ma propre observation. Même à la télé. En fait, je lis les journaux d'ici, de France, et ce qui se passe chez nous [en Algérie] aussi. C'est complètement différent. J'apprends à faire ma propre observation. Je lis beaucoup sur Internet. Je me dis que c'est ce qui forge une opinion. Le problème ici, on entend juste la voix de certains médias, c'est ça

qui entraîne les préjugés. Le problème ici, ils ne nous connaissent pas, ils ne poussent pas la recherche. Les médias sont eux-mêmes victimes des préjugés. C'est ça qui est malheureux. Ça fait mal des fois, quand on lit certaines choses (Algérien, installé au Québec depuis vingt-sept ans).

À travers les propos de cet homme, nous comprenons que la manière qu'ont les médias locaux de présenter le monde arabe et musulman peut contraindre certains à se tourner vers d'autres médias, plus diversifiés. Cet Algérien ajoute d'ailleurs :

Face à ces préjugés, il y a des gens qui sont patients comme moi et d'autres qui ne le sont pas et qui vont tirer le rideau. Ils diront j'écoute plus, j'entends plus. Tu sais, il y a des gens qui passent leur temps à regarder la télé en arabe, la télé algérienne. Ça c'est grave ! Il faut participer à cette société là, il faut s'intégrer ! (Algérien, installé au Québec depuis vingt-sept ans).

Ces propos énoncés par un directeur d'association maghrébine à Montréal révèle que certaines personnes vivant à Montréal tendent à se réfugier dans ce que nous nommerons un « ghetto médiatique ». Nous avons tenu à vérifier si la majorité de nos répondants se situaient dans ce genre de situation. Il est ressorti de notre enquête que deux femmes marocaines, seulement, ont entièrement délaissé les médias locaux pour les médias arabes. L'une d'entre elle nous a d'ailleurs expliqué qu'elle ne reçoit pas les médias québécois et, surtout, qu'elle ne veut pas les recevoir. Elle explique :

Moi je ne regarde vraiment pas la télévision québécoise. Je ne capte pas ces chaînes et je ne veux pas les avoir ! J'ai la parabole depuis deux ans. Avant j'avais Vidéotron depuis 2000, puis Bell Express Vue, puis il y a un an j'ai arrêté le câble et là je regarde juste les chaînes arabes. Avant j'avais la parabole en parallèle avec le câble. J'ai toujours eu les chaînes arabes mais depuis un an et demi, j'ai juste les chaînes arabes. J'ai arrêté le câble (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

La seconde femme que nous avons rencontrée est elle aussi amère face aux médias québécois qu'elle rejette de façon catégorique. Elle nous a d'ailleurs expliqué avoir délibérément choisi de ne pas installer d'antenne sur sa télévision afin de ne pas pouvoir capter les chaînes canadiennes et québécoises.

Je n'ai pas le câble mais je ne regarde pas les chaînes québécoises. Il n'y a rien à voir, je ne vais rien voir. Même si j'ai acheté l'antenne, je ne l'ai pas placée, je ne la regarde pas. Je ne la capte pas. Ça ne marche pas chez moi (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Ce rejet radical des programmes québécois n'est pas le fait de la majorité. De plus, ces deux femmes nous ont expliqué que ce rejet des médias arabes n'était en rien guidé par la représentation des arabes dans les médias québécois. Pour elles, il s'agit surtout d'une volonté de préserver des valeurs, de s'informer, et de se divertir dans la langue d'origine.

Si plusieurs de nos répondants nous ont expliqué vouloir garder un contact avec le pays ou la culture d'origine, ils ont aussi exprimé leur choix de s'informer de ce qui se passe au Québec. Comme nous l'avons vu précédemment, plusieurs consomment les médias québécois et canadiens dans le but de s'informer et de comprendre la société d'accueil. Si nous comprenons que ces médias locaux sont consommés pour des besoins cognitifs, nous avons tenu à délimiter les raisons qui poussent nos répondants à consommer les médias arabes. Dans quel contexte sont-ils reçus? Qu'apportent-ils à ces récepteurs que nous avons rencontrés? Qu'offrent-ils de plus que les médias locaux?

Au regard des discours de nos répondants, il semble que les médias arabes sont, à la fois reçus dans le but de s'informer de ce qui se passe à l'international, de pallier la nostalgie, de se détendre, et, en somme, d'oublier le quotidien. « Le soir quand j'arrive, je suis fatiguée, je veux me détendre, je regarde les chaînes arabes ». C'est en ces mots que cette jeune femme marocaine, installée au Québec depuis sept ans traduit le contexte dans lequel elle consomme la télévision arabe.

Ainsi, nous avons pu comprendre que beaucoup consomment les médias arabes par besoin affectif ou pour apaiser la nostalgie du pays d'origine. Comme l'explique cette Algérienne,

pour qui l'achat de la parabole s'est fait en même temps que les autres fournitures d'électroménager¹⁴⁸.

On a acheté la parabole dès qu'on est arrivés. Avec le frigo, le four, la télé, c'est la première chose qu'on a acheté. Ça me permet de garder le lien avec le pays, avec l'Algérie et le Moyen-Orient, avec ma culture. Je me sens plus proche, c'est ça qui me pousse à voir les chaînes arabes. Je suis nostalgique (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

La majorité des répondants explique ainsi que la télévision arabe a définitivement joué un rôle important dans le soulagement du sentiment de nostalgie et dans la connexion avec le pays d'origine.

Moi quand je rentre à la maison, je veux voir quelque chose de mon pays, ou d'arabe, c'est ce qui me fait plaisir (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

Si de nombreux répondants nous ont expliqué leur désir d'« évasion » à travers leur consommation des médias arabes, la majorité a insisté sur la capacité des médias arabes à procurer de l'information sur le pays d'origine ou le reste du monde. Pour plusieurs, l'information y serait plus crédible.

Je vais sur les médias arabes parce que je m'y retrouve davantage, pour me divertir et garder un lien avec ma culture d'origine et surtout parce que l'information me semble plus riche et plus crédible (Marocaine, installée au Québec depuis dix ans).

Comme nous l'avons déjà souligné dans la sous-section précédente, la majorité de nos répondants souhaiterait voir davantage d'informations internationales dans les médias locaux. Pour la majorité d'entre eux, la chaîne qatarie, Al Jazeera, permet de procurer ces informations.

Je trouve que les infos québécoises ne parlent que du Canada et surtout du Québec pas des informations internationales. Peut-être parce que ça coûte cher ou... je ne sais pas.

¹⁴⁸ Sur seize de nos répondants, sept ont affirmé avoir acheté la parabole. Il s'agit essentiellement de femmes. Néanmoins, ceux qui n'en possèdent pas, n'excluent pas l'idée d'en acheter une, ni même de s'intéresser à ces médias via Internet.

Si tu écoutes seulement les infos du Québec, tu ne vas pas tout savoir sur ce qui se passe dans le monde. Al Jazeera c'est crédible et ça parle de tout, du Moyen-Orient et surtout ce n'est pas influencé par les États-Unis. C'est crédible (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Pour les répondants attachés aux chaînes de télévision arabes, il s'agit donc de mettre de l'avant la capacité des chaînes arabes, particulièrement Al Jazeera, à donner de l'information internationale. Comme certains l'ont exprimé, surtout les hommes, « Al Jazeera justifie à elle seule l'achat de la parabole » (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans). Et même pour ceux qui n'ont pas accès à la parabole, cette chaîne d'informations représente une mine d'informations transmises à la fois sur Internet et la parabole. Comme le souligne cet Algérien, Al Jazeera offre de l'information mais propose aussi des débats qui, jusqu'à l'avènement de cette chaîne, n'existaient pas dans le monde arabe.

On n'a pas les médias arabes à la maison. On y a pensé plusieurs fois mais on est pris par le temps. En fait, c'est important de connaître exactement ce qui se passe ailleurs et même d'avoir l'autre son de cloche. Quand on disait Al Jazeera véhicule des messages durs, etc., je dis au contraire qu'il faut laisser pénétrer ce genre de médias ici, surtout en Amérique du Nord. Pourquoi ? De plus en plus, on est, sur ces médias (Al Jazeera et d'autres), en train de se mettre au mode de la modernité même s'il y a des choses un peu extrémistes. La religion même passe à travers ce média. On apporte de grands doctes de la religion et souvent ils n'ont pas raison. Mais ce qu'ont besoin certains ici, c'est de se dire « est-ce que ce que je fais est répréhensible par la religion ou pas ? » Des gens ont besoin d'un certain filtre et ce filtre là, il peut se faire à travers les médias. Il vaut mieux qu'il se fasse à travers les médias qu'à travers les intégristes de manière informelle ailleurs. Je pense qu'Al Jazeera propose des émissions extraordinaires où on met un intégriste pur et dur en face d'un inconditionnel de la laïcité. Au milieu, un journaliste qui essaie de calmer le jeu. Mais c'est là ce qu'on ne voyait pas, ce qu'on n'entendait pas, ce qui se disait d'une manière très feutrée est là ! L'évolution est là et elle passe par les médias, le contrôle des médias. C'est incroyable ces images. Al Jazeera et d'autres ont compris que la bataille est au niveau de l'image. On sait que la bataille est au niveau de l'image, c'est un très bel espace où on va affronter son soi-même et se dire « bon, qu'est-ce qui se passe ailleurs ? » (Algérien, installée au Québec depuis onze ans).

L'achat de la parabole est donc, pour l'essentiel, guidé par le désir de s'informer de ce qui se passe à l'international. La chaîne d'informations Al Jazeera permet donc à ces immigrants de s'informer de la situation dans le monde arabe. Toutefois, les Maghrébins que nous avons rencontrés ont le désir de s'informer de la situation dans leur pays d'origine.

Moi je regarde la chaîne marocaine 2M pour les nouvelles, les débats et les élections, pour nous c'est un changement au Maroc. Parce qu'il y a un roi qui est mort et son fils est venu, alors on regarde le changement, la relation avec les voisins, l'Algérie, la Tunisie, ça m'intéresse. *Ana* [moi] personnellement, je m'intéresse plus à savoir ce qui se passe au Maroc mais ici je... (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Nous l'aurons compris, pour cette femme, il s'agit donc de s'informer spécifiquement de ce qui se passe au sein de son pays d'origine. À travers les propos de ces hommes et de ces femmes, nous avons pu remarquer que les chaînes de télévision du pays d'origine permettent de s'informer mais surtout de se distraire. Toutes les personnes qui possèdent une parabole ont insisté sur le fait que les médias du pays d'origine informent et, surtout, divertissent.

Sur la chaîne algérienne, j'aime regarder des sketches, de l'humour algérien c'est normal. On se retrouve, je ris. De la musique algérienne aussi, c'est de chez moi, le *châabi* [style de musique populaire algérienne] ou aussi les informations pour voir ce qui se passe en Algérie. Par contre, je regarde Al Jazeera pour voir ce qui se passe dans le monde et avoir une opinion arabe. J'essaie de mixer tout ça pour analyser la situation (Algérien, installé au Québec depuis dix-sept ans).

Par ailleurs, les mères de famille nous ont expliqué que ces télévisions arabes permettent de préserver les valeurs familiales. Pour ces femmes, ces médias peuvent donc être consommés en famille, contrairement aux médias locaux. Les programmes sur satellite semblent être moins explicites en matière de sexualité, un sujet tabou chez certains de nos répondants. Comme l'explique cette jeune Algérienne : « mes parents regardent la télé arabe parce que la télévision québécoise est vulgaire » (Jeune Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans). Sa mère précise ainsi :

Moi, je regarde la télé en arabe tous les jours. Souvent je la regarde seule. Mais pendant le ramadan, on regarde en famille. Tous ensemble, on regarde « Nass Mlah City¹⁴⁹ », la caméra cachée algérienne, c'est vraiment amusant, on adore ! Ça nous permet de nous réunir après le *ftour*¹⁵⁰. On reste en famille, et c'est agréable. Avec les programmes canadiens, on ne pourrait pas... à moins de regarder une émission sérieuse.

¹⁴⁹ Sitcom algérienne diffusée sur Canal Algérie.

¹⁵⁰ Rupture du Jeûne pendant le ramadan.

Sinon, souvent dans les films, on va être gênés par certaines scènes et être obligés de changer de chaîne ou de se lever (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Nous avons tenu à comprendre le rapport des plus jeunes avec ces médias arabes. Il ressort de notre enquête que les plus jeunes regardent la télévision arabe pour préserver la culture et les valeurs de leurs parents. Ceci leur permet ainsi de vivre à travers plusieurs filtres culturels. Comme l'exprime cette jeune fille, de pouvoir vivre dans un pays où l'on peut manger les bonbons d'Halloween tout en regardant des programmes télévisés en arabe durant la période de ramadan.

Dans la télé arabe, on regarde les émissions religieuses pendant le ramadan, les séries, les divertissements et même les publicités pourtant j'avoue qu'elles sont nulles ! Elles gâchent la soirée. Pendant Halloween, l'année dernière c'était le ramadan. Et c'était vraiment drôle de manger les bonbons que j'avais récoltés pour Halloween pendant les nuits du ramadan devant la télévision en arabe. C'est ça qui est génial de vivre au Canada et d'avoir plusieurs cultures (rires) (Jeune Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Les enfants d'immigrants, partagés entre l'école et la maison, la communauté d'accueil et celle d'origine, vont ainsi intérioriser les différents codes culturels en présence.

Moi, je regarde toute seule Vrak TV, les émissions en anglais, les séries américaines en français. Par contre, le soir, je regarde parfois la télé algérienne avec mes parents, surtout pendant le ramadan. Avec ma mère, on aime regarder les feuilletons turcs ou égyptiens. On aime aussi les divertissements, surtout les musiques, les chants (Jeune Algérienne, installée au Québec depuis cinq ans).

Les jeunes vont donc davantage regarder les chaînes québécoises ou canadiennes qu'arabes. En réalité, ce phénomène de conflits intergénérationnels amplifiés par les différences de goût et de choix en matière de télévision, se retrouve déjà au sein des familles de la majorité (qu'elles soient francophones ou anglophones). Dans le cas des familles immigrantes, ces différences liées à l'aspect générationnel seraient accrues par la relation des plus jeunes avec le pays et la culture d'origine. Alors que les parents sont nés et ont été élevés dans ce pays, les enfants au contraire sont nés dans le pays d'accueil ou y ont été emmenés très jeunes. Leur

expérience du pays d'origine n'étant pas directe, ces enfants et adolescents apparaissent donc imperméables aux médias de leur pays d'origine.

Par ailleurs, dans le cadre de cette étude, nous pensons que nous ne pouvons pas délaissier la spécificité de genre dans la consommation des médias transnationaux par les Maghrébins du Québec. Ainsi, les femmes en général ont différentes motivations pour regarder la télévision en arabe que les hommes. La majorité des hommes regarde les médias arabes pour acquérir de l'information ou suivre les programmes d'analyse. Les femmes utilisent la télévision pour le divertissement et parce que cela leur permet de se détendre, d'occuper leur temps, ou de leur fournir un compagnon.

Je regarde la télévision algérienne ou LBC [chaîne de divertissement libanaise] quand je regarde Star Academy. C'est vraiment bien, on regarde ça avec ma sœur et ma mère. On suit aussi des feuilletons turcs ou égyptiens sur la chaîne algérienne. On regarde ça ensemble en début de soirée. C'est vraiment bien. Moi, la Star Academy québécoise, je ne la regarde pas, je la préfère en arabe (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Dès lors, les témoignages des femmes ont permis de souligner leur désir de s'évader à travers ces programmes, de se détendre, et même de rire.

Hier soir j'ai regardé une émission sur LBC, « le Destin ». Deux personnes sont fiancées et à un certain moment le destin les sépare c'est une émission pour trouver le bon couple selon la culture arabe. Ils ne mélangent pas les hommes et les femmes. C'est quelque chose qui essaie d'améliorer la culture arabe, la vision des hommes par les femmes. Ils obligent les hommes à bouger un peu dans leurs maisons. Ils sont enfermés dans une maison et ils sont obligés de préparer à manger pour eux-mêmes, préparer leurs affaires, laver leur linge et tout. Les filles sont habituées, dépendamment de notre culture, elles sont habituées à faire le ménage, le manger, mais les gars, les arabes ils ne font pas grand chose alors ils les obligent à faire des choses pour eux-mêmes. C'est le destin. C'est commencé cette semaine. C'est rigolo, je n'ai pas arrêté de rire (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

Les programmes de divertissements, les séries, les sketches contribuent ainsi trouver un certain plaisir.

Sur la télé algérienne, je regarde beaucoup Biyouna [humoriste algérienne], les sketches. J'aime beaucoup ça. Mon mari est algérien, il aime les films et les feuilletons algériens (Marocaine, installée au Québec depuis dix-sept ans).

Si les femmes insistent sur leur désir de se détendre devant des programmes de divertissement, les hommes y trouvent aussi le moyen de suivre des rencontres sportives, notamment des matchs de football.

Mon fils, il aime regarder la télévision arabe surtout algérienne surtout pour les matchs de foot. D'ailleurs il est en train de suivre un match avec ses cousins. C'est son équipe qui joue, « Mouloudia d'Alger ». Mon fils aime ça le foot et surtout le foot algérien. Et ça il peut le regarder que sur la parabole (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Cependant, il existe un accord entre les hommes et les femmes sur le rôle joué par la télévision arabe en ce qu'elle permet de préserver la culture arabe et la langue auprès de leurs enfants. Pour la plupart des répondants c'est la principale raison qui a poussé à investir dans l'achat d'une antenne satellite.

Quand il y a l'*adan* [appel à la prière] à la télévision, ça me fait plaisir, ma fille laisse tout et elle commence à chanter, moi ça m'aide beaucoup dans son éducation religieuse (Marocaine, installée au Québec depuis sept ans).

Les médias arabes permettent ainsi de préserver des valeurs religieuses et, surtout, de les inculquer aux enfants. Sur ce point, il est utile, voire nécessaire, de souligner que la majorité des musulmans de l'échantillon explique que l'une des motivations quant à l'acquisition de la parabole repose sur la possibilité de regarder en direct les programmes religieux durant la prière du vendredi, le pèlerinage annuel à la Mecque, ou le ramadan.

Les programmes arabes, moi je les regarde tous les jours mais c'est sûr que pendant le ramadan, plus encore (Marocaine, installée au Québec depuis cinq ans).

Dans ma famille, on regarde la parabole durant le mois de ramadan surtout (Marocaine installée au Québec depuis dix-sept ans).

Plusieurs répondants ont ainsi insisté sur la possibilité qu'offrent ces médias d'en apprendre davantage sur la religion. Pour ce Tunisien qui ne possède pas de parabole, celle-ci est

essentiellement « intéressante pour les émissions sur la religion » (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans). Plusieurs autres discours abondent d'ailleurs dans ce sens :

Comme ici au Canada on ne parle pas vraiment de religion, je regarde les émissions religieuses, ça m'aide dans ma foi (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

On a la parabole depuis quatre ans. Je regarde beaucoup la télé saoudienne en anglais. Je la trouve intéressante. Ils amènent un savant, un théologien pour expliquer la religion, les principes de l'Islam (Marocaine, installée au Québec depuis dix-sept ans).

En réalité, nous pensons que la consommation des médias arabes est fonction du contexte dans laquelle ces individus se situent. En fonction des événements (religieux, sportifs, politiques, sociaux), les personnes que nous avons rencontrées vont différemment appréhender les médias arabes. À travers les discours qui vont suivre, nous verrons que le contexte influe sur la consommation de ces médias.

Je regarde la télé arabe pendant les fêtes religieuses ou un événement important au Maghreb ou au Moyen-Orient (comme par exemple la mort de Rafik Hariri) parce que les chaînes canadiennes elles ne diffusent pas ça (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Je peux avoir l'information en direct. Pour l'attentat qui est arrivé à Casablanca¹⁵¹, je l'ai entendu sur Al Jazeera avant qu'ils n'en parlent sur 2M. Mes parents au Maroc n'avaient encore aucune information. Moi dans les chaînes arabes, je sélectionne les programmes. Moi je regarde tout ce qui est religion ainsi que les nouvelles (Marocaine, installée au Québec depuis dix ans).

Nous comprenons ainsi que ces médias sont sélectionnés en fonction du bagage psychosocio-culturel de chacun mais aussi du contexte. Cette femme nous a d'ailleurs expliqué l'ambiguïté qui caractérise sa consommation des médias. Elle explique :

Quand on était en Algérie, on regardait les chaînes françaises surtout ! Et maintenant c'est l'inverse, on regarde les chaînes de là-bas (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Une autre de nos répondantes nous a d'ailleurs relaté cette même ambiguïté. Elle explique :

¹⁵¹ Pour mémoire, les attentats de Casablanca (Maroc) ont eu lieu le 12 mars 2007.

Aux Émirats, on avait le câble et on captait les chaînes françaises et on regardait ça tout le temps, plus que les chaînes arabes. C'est comme ça qu'avec mon frère on a appris la langue française. En fait, on regardait les chaînes françaises en Algérie et à Abu Dhabi, et en arrivant ici on regarde les chaînes arabes ou américaines. C'est spécial... (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

Ce que cette jeune fille qualifie de « spécial », nous permet de comprendre que sa consommation des médias arabes au Québec n'est pas directement liée à une difficulté avec la langue française. Sinon pourquoi consommer des médias français alors qu'elle vivait en Algérie ou à Abu Dhabi? Nous avons tenu à comprendre les raisons qui poussent cette jeune fille à avoir une préférence pour les chaînes françaises. Elle explique :

Je pense que les émissions en France sont plus intéressantes. Il y a plus de débats. Ici au Québec, je trouve ça moins intéressant, ça ne m'attire pas. Je ne peux pas rester une heure à regarder une émission québécoise ou à regarder un feuilleton purement québécois. Dans les émissions de variétés, je n'aime pas vraiment la façon de présenter. Même les pubs, je les préfère en arabe ou en anglais, elles me rappellent les pubs françaises. Si on pouvait capter les chaînes françaises ici au Québec, je regarderais ça. Je préfère. Malheureusement on ne peut pas. Mais bon on a quand même TV5, c'est déjà ça. Je regarde les émissions de variété, et quelques jeux avec Nagui, des émissions avec Delarue¹⁵². Je regarde aussi les informations sur TV5. (Algérienne, installée au Québec depuis quatre ans).

En fait, nous avons pu constater l'engouement de la majorité de ces immigrants pour les médias français. La chaîne francophone, TV5, reçue par câble connaît ainsi un certain succès. Comme l'exprime cet Algérien installé au Québec depuis onze ans : « ma femme adore TV5! ». De par les informations que l'on y présente, ou encore pour les programmes de divertissements français qui y sont diffusés, cette chaîne est donc fortement appréciée des personnes que nous avons rencontrées. Nous avons d'ailleurs pu constater que cette chaîne, comme les chaînes arabes, se regarde le plus souvent en famille.

Avec mes parents, on regarde TV5 parce que parmi les médias occidentaux, TV5 donne l'information. Ce que j'aime bien avec TV5, c'est que c'est plus crédible et les

¹⁵² Émission de Jean-Luc Delarue, « Toute une histoire ». Durant cette émission des individus viennent raconter, à partir d'un thème précis, leur vie, et leurs expériences aux téléspectateurs.

médias suisses encore plus ! Ma mère à 18h30 [journal de France 2], c'est TV5 (Marocaine, installée au Québec depuis dix-sept ans).

Aussi, nous avons pu constater que le journal télévisé de TV5 ou de France 2 attire ainsi un large public. Tout comme d'ailleurs certaines émissions de divertissement françaises.

Je reçois le câble depuis un mois. Moi, je regarde surtout TV5. J'aime bien l'émission avec Jean-Luc Delarue qui passe à 19h. Je regarde la météo sur Internet. Moi je regarde que TV5 et la chaîne marocaine, c'est tout. Avant je regardais les autres chaînes arabes mais maintenant que j'ai le câble, j'alterne 2M avec TV5. J'ai changé. Moi j'ai la parabole depuis trois ans et le câble depuis un mois (Marocaine, installée au Québec depuis dix ans).

Enfin, en ce qui a trait à cette consommation des médias français, nous avons aussi pu noter que tous les hommes que nous avons rencontrés ont expliqué lire les journaux français sur Internet. C'est ce que nous explique ce Tunisien :

Je lis toujours avec plaisir le journal « Le Monde » et « Le Monde diplomatique ». J'ai ces lectures là et mon épouse aussi (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

Si certains trouvent une utilité à regarder les programmes télévisés en arabes, d'autres expliquent leur rejet de ces télévisions. C'est le cas de l'un nos répondants installé au Québec depuis au moins deux décennies et de nos répondants originaires de Kabylie qui ne trouvent aucun intérêt à écouter des programmes en arabe. Cet homme originaire de Kabylie explique :

La parabole en arabe ? Recevoir l'Arabie Saoudite ou Canal Algérie, voir Bouteflika, écouter parler de la politique algérienne ? Que mes enfants apprennent l'arabe ? Pas question ! S'il y avait berbère télévision [BRTV], ça serait mieux. Là, je prendrais la parabole, sinon non ! (Algérien, installé au Québec depuis huit ans).

Il s'agit là d'un élément fondamental puisqu'il permet de préciser notre choix de nous intéresser, dans notre recherche, à la fois aux arabes et aux berbères. Nous pensons que cet informateur nous apporte un certain éclairage concernant l'identité. Pour nos répondants kabyles, il est impossible pour eux de retrouver au Québec ce qu'ils boycottaient déjà au pays. Un point qui incite les Kabyles du Québec à « garder contact avec la Kabylie » grâce à

l'écoute de BRTV¹⁵³ ou encore par la lecture du journal « La Dépêche de Kabylie » par le biais d'internet.

Nous avons vu, précédemment, que les individus qui se disent les plus intégrés à la société québécoise sont installés au Québec depuis plusieurs décennies. Ces mêmes personnes sont apparues les plus réfractaires aux médias arabes. Les propos de ce Tunisien, en font écho.

Je n'ai pas d'antenne satellite à la maison. J'ai des amis qui ont la parabole, je les entends parler d'une émission qu'ils regardent. Des fois, j'ai envie de profiter par exemple de conférences ou de discours de spécialistes de la religion, qui méritent qu'on les écoute mais de là à m'équiper pour écouter des émissions de variétés, les jeux ou les quizz ou les « je ne sais pas quoi » arabes ou les téléromans, non ! Ça ne m'attire vraiment pas et mon épouse non plus. Je trouve ça insignifiant. Je trouve ça pauvre. J'étais surpris l'autre fois chez ma fille et mon gendre. Pendant le ramadan, ils écoutaient une émission d'humour, une sorte de feuilleton humoristique qui vient tout de suite après la rupture du jeûne. Ils ont la parabole, le système par satellite et j'étais surpris de voir mon gendre rigoler devant cette émission. Ni l'humour, ni le niveau, ni le jeu des acteurs qui jouent comme des étudiants au théâtre comme des élèves de secondaire qui répètent une scène, je trouve ça d'un niveau mais d'un niveau pauvre. J'étais surpris de le voir rigoler. Je lui ai dit « si quelqu'un comme toi rigole, eux ils vont rester au même niveau, ils ne s'amélioreront pas ces gens là puisqu'ils pensent qu'ils ont atteint le summum de l'art et, je ne sais pas moi, c'est très pauvre ». Mais bon, c'est la décision de mon gendre, lorsque sa mère est venue passer quelques mois ici, il ne fallait pas qu'elle s'ennuie, alors ils ont introduit une parabole pour lui permettre d'avoir accès aux programmes en arabe. La belle-mère est partie et la parabole est restée (Tunisien, installé au Québec depuis trente-six ans).

À travers les propos de cet homme, nous comprenons qu'il ne suffit donc pas de parler arabe ou encore de revendiquer une culture arabe pour apprécier les médias arabes. Si la plupart de nos répondants ont exprimé leur volonté de préserver un lien avec le pays et la culture d'origine, tous ne consomment pas les médias arabes de la même manière ni pour les mêmes raisons. Cette exposition sélective fait ainsi référence aux tendances spontanées des répondants à s'exposer eux-mêmes aux produits médiatiques qui s'accordent avec leurs attitudes et à en rejeter d'autres qui ne le sont pas.

¹⁵³ Berbère Télévision qui émet depuis Paris et que l'on peut écouter sur le site <http://www.brtv.fr/>.

Nous avons compris que cette consommation est fonction du genre, de l'âge, de la situation au sein de la société d'accueil, ainsi que du rapport au pays d'origine. Comme le suggère le schéma de Lee Thayer, la réception des médias est fonction du destinataire et de son identité. Nous pensons donc que la réception des médias locaux et globaux dépend de l'expérience vécue par chacun. Nous pouvons donc souligner que les conditions de vie, précédent et suivant le projet migratoire, vont conditionner de manière considérable l'intégration de ces personnes dans la société d'accueil et, par là même, leur consommation médiatique. À travers leurs habitudes, croyances, attitudes, valeurs, besoins, et après avoir appréhendé de façon critique et pratique les informations sur la société d'accueil, ces immigrants réinterprètent le produit médiatique en fonction d'une culture « bricolée » et « métissée » composée de *gemeinschaft* et de *gesellschaft*. Les médias de la société d'accueil et ceux de la culture d'origine sont ainsi perçus à travers un filtre, qui vient modifier le regard que porte l'immigrant à son pays d'origine et à la société dans laquelle il a choisi de vivre.

CHAPITRE VIII

MÉTHODOLOGIE QUANTITATIVE :

ÉLABORATION ET SOUMISSION D'UN QUESTIONNAIRE

Ce présent chapitre a pour objectif de présenter les points saillants de la méthodologie quantitative. Cette partie dresse les principales caractéristiques d'une étude objectiviste ainsi que les étapes de l'élaboration de notre questionnaire. Comme nous l'avons déjà précisé, cette recherche quantitative a été commandée par le Centre d'Études sur les Médias de l'Université Laval afin de jauger, à travers des chiffres, la place des médias francophones, anglophones, et surtout arabophones au sein des foyers nord-africains à Montréal.

8.1 Recherche quantitative

Si les méthodes quantitatives sont apparues dans les études à caractère social en Allemagne au lendemain de la guerre de Trente Ans (1618-1648), lorsque le peuple allemand¹⁵⁴ sentit le besoin de faire le point sur la situation (Grenon et Viau, 2007), il n'en demeure pas moins que « les sciences de l'information et de la communication (SIC) ont eu maille à partir avec [elles] dès les prémices » (Froissart, 2007 : 57).

¹⁵⁴ Le terme « statistique » vient de l'allemand *statistic* qui signifiait à l'origine, « mélange de géographie, d'histoire, de loi, d'administration publique et de science politique » (Grenon et Viau, 2007 : 4).

Pourtant, le choix du quantitatif dans les études sociologiques ne s'impose pas véritablement. Comme l'exprime Françoise Frisch (1999 : 6), la différence la plus évidente qui distingue une étude qualitative d'une étude quantitative repose sur la taille de l'échantillon. Toujours selon l'auteure, la seconde différence repose essentiellement sur leurs objectifs qui se veulent différents. Si, d'une part, les études quantitatives visent essentiellement l'observation de la fréquence des opinions analysées, de l'autre, les études qualitatives visent essentiellement la compréhension des logiques qui sous-tendent les opinions de tel type de population sur un certain sujet. En réalité, nous pensons que ces différences entre qualitatif et quantitatif reposent sur des éléments bien plus déterminants qu'une simple taille d'échantillon.

En ce sens, les études quantitatives sur les publics des médias ne touchent pas directement la question de l'interprétation et de l'usage des produits communicationnels par les récepteurs. En réalité, elles ne permettent de déceler que de manière très approximative les individus qui se sont exposés à tel ou tel type de média, le genre de contenu auxquels ils s'exposent ou encore le moment où ils le consomment. On regrette donc que les études quantitatives ne précisent pas concrètement ce que les individus font de ce qu'ils consomment en lisant leur journal, en écoutant la radio, ou en regardant la télévision car il s'agit là d'une contribution importante de l'étude de la réception.

Pierre Bourdieu (1973) insiste dans ses écrits portant sur la « science des sondages et l'opinion publique » sur le fait que les sondages ne posent pas les questions que tout le monde se pose mais celles qui n'intéressent que les chercheurs ou les politiciens et les commerçants qui les commandent. La grande critique de Bourdieu porte ainsi sur le fait que les sondages, répondant à des demandes ponctuelles et urgentes, sont réalisées par des maisons qui, dénuées de préoccupations scientifiques, refusent d'aborder les questions fondamentales. Ce manque de rigueur, dû à la nécessité de faire face aux urgences politiques et commerciales, conduit à des classements scientifiques entraînant des non-réponses qui, à leur tour, induisent des comportements politiques suspects quand on passe du sondage à la démocratie. Les sondages possèdent donc pour l'essentiel une capacité à performer ce qu'ils prédisent. Autrement dit, le problème majeur selon Bourdieu réside dans l'effet circulaire des

sondages, qui, au lieu d'expliquer une partie de la réalité, finissent pour forger les comportements politiques qu'ils disent décrire « objectivement ». Les sondages peuvent ainsi jouer un rôle politique néfaste, dans la mesure où ils servent à des fins de manipulation, c'est-à-dire en tant que créateurs de tendances et de comportements qui n'existaient pas auparavant. Comme le précise Bourdieu (1984), les études quantitatives tirent leur légitimité de la loi des grands nombres. Selon lui, avec cette loi, si l'on interroge un nombre minimum de personnes (à partir de deux cents environ), celles-ci vont émettre une opinion identique à l'ensemble de la population qu'elles représentent. L'analyse scientifique des sondages d'opinion montre ainsi qu'il n'existe pas de question qui ne soit réinterprétée en fonction des intérêts des gens à qui elle est posée. Le premier impératif étant de se demander à quelle question les différentes catégories de répondants ont cru répondre. La difficulté de l'enquête d'opinion repose donc sur le fait d'amener des individus à répondre à des questions qu'ils ne se sont pas posées. Ainsi, pour Bourdieu (1984),

L'opinion publique n'existe pas, sous la forme en tout cas que lui prêtent ceux qui ont intérêt à affirmer son existence. (...). Cette définition de l'opinion n'est pas mon opinion sur l'opinion. C'est simplement l'explicitation de la définition que mettent en œuvre les sondages d'opinion en demandant aux gens de prendre position sur des opinions formulées et en produisant, par simple agrégation statistique d'opinions ainsi produites, cet artefact qu'est l'opinion publique. Je dis simplement que l'opinion publique dans l'acception implicitement admise par ceux qui font des sondages d'opinion ou ceux qui en utilisent les résultats, je dis simplement que cette opinion-là n'existe pas¹⁵⁵.

En somme, les études quantitatives constituent des outils efficaces pour savoir qui fait quoi et en quelle quantité, qui est satisfait, sur quel sujet et quelles sont les grandes attentes ou les grands manques d'un équipement. Néanmoins, les enquêtes par questionnaire, plus rigides, réduisent les rapports humains aux manifestations comportementales les plus sobres et se veulent donc, selon nous, moins enrichissantes que les enquêtes ethnographiques.

¹⁵⁵ Pierre Bourdieu. 1984. *L'opinion publique n'existe pas*. Exposé fait à Noroit en janvier 1972, reproduit in Questions de sociologie, Paris, Les Éditions de Minuit, pp. 222-235.

En ce qui a trait à nos intérêts de recherche relatifs à la réception des médias au sein de foyers immigrants, nous pouvons noter que, pour la plupart des chercheurs, les techniques d'enquêtes quantitatives ne peuvent rendre compte adéquatement des usages dans la mesure où elles ne portent pas attention au contexte des autres activités domestiques dans lequel ces usages prennent place. Michel de Certeau a d'ailleurs été très critique envers la statistique qu'il considère incapable de saisir la dimension essentielle des usages individuels auxquels il s'intéresse. Selon lui,

La statistique... saisit le matériau de ces pratiques et non leur forme ; elle repère les éléments utilisés et non le « phrasé » dû au bricolage, à l'inventivité « artisanale » (...). L'enquête statistique ne « trouve » que de l'homogène. Elle reproduit le système auquel elle appartient et elle laisse hors de son champ la prolifération des histoires et opérations hétérogènes qui composent les *patchworks* du quotidien (Certeau, 1980 : 45).

Précédemment, nous avons pu souligner à quel point la sociologie de l'École de Chicago s'est avant tout caractérisée par l'ampleur et la spécificité de ses recherches qualitatives. Pourtant, durant les années 1930 et 1940, s'est développée en parallèle une *sociologie quantitative* qui a caractérisé, à partir de la seconde guerre mondiale, la sociologie américaine dans ses grandes lignes. Comme le précise Coulon (2004 : 77), « Chicago n'a donc pas été uniquement le royaume du paradigme qualitatif, mais a également constitué l'un des creusets du paradigme quantitatif ». Ainsi, les statistiques furent utilisées dans des recherches sur l'abstention aux élections, par exemple, ou dans des recensements au sein de la communauté.

À partir des années 1940, sous l'impulsion de contrats d'études financés par l'armée américaine, la sociologie américaine a connu un développement sans précédent des techniques quantitatives. Comme le souligne Coulon (2004 : 117),

Ces grandes enquêtes menées aux États-Unis ont eu un effet d'entraînement. Les chefs de file de l'Université de Columbia, parmi lesquels Robert Merton et Paul Lazarsfeld, qui avaient assuré la direction de ces enquêtes, ont renforcé leur prestige et leur pouvoir, exerçant ainsi progressivement un « impérialisme » théorique et méthodologique.

Park qui rejetait fermement les méthodes quantitatives et qui jugeait de la méconnaissance des statisticiens pour le phénomène étudié précisa cependant que

dans la mesure où la structure sociale peut être définie en termes de position, les changements sociaux peuvent être définis en termes de mouvement ; et la société montre, dans un de ses aspects, des caractères qui peuvent être mesurés et définis par des formules mathématiques (Park cité par Coulon, 2004 : 116).

Et même s'il s'agissait de statistiques descriptives relatives à la valeur de terrains ou encore à la densité de circulation automobile, il n'en demeure pas moins que, selon Park, elles représentaient des indicateurs pouvant rendre compte des changements sociaux.

Dans son article *Sociology and Social Research*, Burgess (1927) avait, quant à lui, rapproché les statistiques avec les « études de cas » ou études qualitatives.

Les méthodes des statistiques et de l'étude de cas n'entrent pas en conflit entre elles ; elles sont en fait mutuellement complémentaires. Les comparaisons statistiques et les corrélations peuvent souvent suggérer des pistes pour la recherche faite à l'aide de l'étude de cas et les matériaux documentaires, en mettant au jour des processus sociaux, mettront inévitablement sur la voie d'indicateurs statistiques plus adéquats. Cependant, si l'on veut que la statistique et l'étude de cas apportent chacune leur pleine contribution en tant qu'outils de la recherche sociologique, il faut leur garantir une égale reconnaissance et fournir l'occasion à chacune des deux méthodes de perfectionner sa technique propre. Par ailleurs, l'interaction des deux méthodes sera incontestablement féconde (Burgess cité par Coulon, 2004 : 115).

Nous pensons donc que, comme le souligne Burgess, les deux méthodes utilisées pour notre recherche ne sont pas entrées en conflit et leur interaction a été des plus productives. Elles se sont complétées et ont permis d'offrir des réponses à certaines questions que l'une ou l'autre de ces méthodes seules ne pouvaient apporter. Afin de comparer deux séries de résultats concernant le même objet, nous avons donc pu croiser ces deux techniques de recherche dans le cadre de cette recherche en combinant des entretiens semi-dirigés à un questionnaire structuré. Et comme le précise Thomas (cité par Coulon, 2004 : 85), « il est évident que les études statistiques du comportement des populations auront peu de significations tant que les données statistiques ne seront pas soutenues par les histoires de vie des individus ».

Il a été démontré en théorie de sondage que la méthodologie uniformément la meilleure n'existe pas. Les domaines d'études sur les migrations internationales sont très vastes et les recherches s'intéressant à la quantification du phénomène, à sa répartition dans le temps et dans l'espace, aux motivations des départs, aux impacts divers de la migration sur les pays d'origine et les sociétés d'accueil, aux relations avec le pays d'origine, aux problèmes socioéconomiques et culturels, aux problèmes d'intégration ou au retour définitif des immigrants ne sont pas légion. L'étude des migrations est ainsi confrontée à des problèmes divers très difficiles à résoudre dont notamment ceux liés, aux aspects méthodologiques, aux définitions, à la représentativité de l'échantillon, à la fiabilité et au manque ou insuffisance de données. Comme nous l'avons souligné précédemment, nous avons – au commencement de notre recherche - opté pour une étude d'ordre qualitatif uniquement. Nous avons été motivée à la réalisation d'une étude quantitative par le biais du Centre d'Études sur les Médias. Ce dernier nous a demandée de mener cette modalité d'étude afin de vérifier certains éléments que l'enquête ethnographique seule ne pouvait révéler, soit des chiffres et des pourcentages qui traduisent des attitudes ou encore des faits saillants, en termes de tendances ou de proportions. En ce sens, cette enquête méthodologique devait alimenter certaines zones floues concernant le nombre d'individus possédant une parabole au sein de la communauté maghrébine de Montréal ou encore le portrait statistique de ces individus (catégorie sociale, âge, sexe). Elle permettrait aussi de toucher un plus grand nombre d'individus et par là même de compléter la précédente enquête de type ethnographique. Nous pensons que l'enquête par questionnaire fournit un complément d'informations reposant sur des chiffres et permet, de souligner la place des médias arabes auprès d'un échantillon bien plus élargi. Peut-être permet-elle aussi de modérer certains éléments apportés par notre approche qualitative.

8.2 Élaboration du questionnaire

Afin de recueillir auprès de nos informateurs des données sur les comportements dans la consommation médiatique, nous avons mis en place notre enquête au moyen d'un

questionnaire¹⁵⁶. Celui-ci a été préparé, et élaboré en tenant compte d'un ensemble de considérations méthodologiques qui permettent à la fois de répondre aux objectifs de l'étude et de faciliter la collecte, le contrôle de cohérence et l'exploitation informatique des données. Par ailleurs, il est important de noter que nous nous sommes servis de notre enquête ethnographique pour élaborer notre questionnaire. Ainsi, son contenu s'articule autour des points suivants :

a. Identification du répondant

Cette thématique permet d'identifier le répondant en se basant sur un ensemble de variables, dont le sexe, le lieu de naissance, le premier pays d'immigration - s'il y a lieu - les raisons principales d'émigration, et la fréquence ainsi que les raisons des visites effectuées au sein du pays d'origine.

b. Caractéristiques socioéconomique du répondant

Ces données permettent de présenter les caractéristiques socio-économiques des répondants (emploi, statut, domaine d'emploi, secteur d'activité).

c. Attitudes et aspirations du migrant

Ce thème a pour dessein d'évaluer le degré de satisfaction du migrant en se basant sur plusieurs variables (scolarité, emploi, connaissance des langues, etc.), évaluer le niveau d'intégration du migrant dans la société d'accueil, ainsi que le degré de liaison du migrant avec son pays d'origine.

d. Progrès économique et obstacles rencontrés

Ce point a pour objectif de collecter des informations sur la nature des réalisations du projet migratoire au Québec (emploi, réalisations).

e. Liens avec les médias

Cette partie qui s'intéresse directement à nos questions de départ concerne la place occupée par les médias auprès des membres de cette communauté. Quels sont les médias auxquels les

¹⁵⁶ Une copie du questionnaire se trouve en appendice A 3.

répondants ont accès ? Lesquels sont les plus suivis ? Quels sont les journaux qui sont lus, les stations de radios qui sont écoutés, les chaînes de télévision les plus regardées ? Autant d'éléments qui nous ont permis d'appréhender la place des médias au sein de la communauté maghrébine de Montréal.

f. Commentaires de l'enquête

Nous avons réservé un espace afin de recueillir les informations relatives aux autres attentes des répondants, en particulier de certains thèmes d'intérêt pour l'enquête mais qui ne sont pas traités dans notre questionnaire. Ceci a permis d'apporter des commentaires - parfois incisifs-, des remarques, des suggestions quant à nos questionnements. Dans l'ensemble, les répondants, les plus pratiquants surtout, y sont allés de leur plume et ont critiqué notre connaissance « insuffisante » de la religion musulmane. Les remarques et appréciation ont permis de corriger certaines anomalies et défaillances constatées et de préciser certaines questions.

8.3 Présentation du cadre de l'enquête

Effectuée durant les mois de septembre à décembre 2007, cettc étude quantitative implique plus d'une centaine de répondants. Afin d'atteindre le plus d'individus possible, cent-cinquante questionnaires ont été distribués au sein de commerces fréquentés par la communauté dans les quartiers de Saint-Michel et de Côte-des-Neiges¹⁵⁷, de centres communautaires ou culturels, et d'associations musulmanes à Montréal. Ayant souhaité, là encore, éviter de tomber dans le piège de la restriction de notre échantillon aux individus les plus pratiquants ou aux plus engagés d'un point de vue associatif, nous avons aussi distribué des questionnaires auprès de Maghrébins rencontrés en divers endroits tels que les universités (UQÀM, Université de Montréal), les épiceries, les salons de coiffure, etc. Cette méthode nous a permis de constituer un échantillon hétérogène composé à la fois de musulmans pratiquants, de personnes engagées d'un point de vue communautaire, de laïques, de

¹⁵⁷ Selon le ministère des affaires internationales, de l'immigration et des communautés culturelles, dans la ville de Montréal, les trois principaux arrondissements où habitent le plus de personnes d'origine maghrébine sont ceux de Côte-des-Neiges-Notre-Dame-de-Grâce (15,4 %), d'Achimsic-Cartierville (11,3 %) et de Villeray-Saint-Michel-Parc-Extension (10 %).

Berbères, d'Arabes, bref de tous ceux qui représentent les Maghrébins à Montréal. Une méthode qui s'est voulue efficace puisque cent vingt-six questionnaires nous ont été retournés.

8.4 Difficultés rencontrées

Dans le cadre de cette recherche, nous avons réalisé un questionnaire et avons opté pour une démarche auto-administrée. En d'autres termes, la personne sollicitée répond par elle-même au questionnaire, en l'absence de l'enquêteur. Elle peut procéder à son rythme, s'exécuter au moment qui lui convient. Ce type de questionnaire a néanmoins un inconvénient, celui de courir « le risque qu'un bon nombre de gens ne répondent pas » (Guay, 1991 : 70). En ce sens, nous avons souvent dû relancer les répondants ayant négligé de retourner le questionnaire dûment rempli et donc de faire preuve de patience et de persévérance.

Il s'agit là d'une des difficultés que nous avons rencontrées lorsqu'il s'est agi de faire remplir ce questionnaire. Au même titre que Thomas (voir Coulon, *op. cit.*) qui rencontra des difficultés pour gagner la confiance de ceux auprès desquels il enquêtait pour sa recherche dans *The Polish Peasant* en 1939, nous nous sommes heurtée à la méfiance de quelques personnes que nous avons abordées. Durant une vive polémique sur les accommodements raisonnables, ces individus se sont demandés qui nous envoyait les questionner. Le gouvernement ? Les députés ? La Commission Bouchard-Taylor ? Bref, les portes sont parfois restées closes. Nous avons donc eu besoin de faire preuve de persévérance et d'user de stratégie. C'est en ce sens que nous avons cru bon de sympathiser avec les commerçants (surtout avec les femmes dans des salons de coiffure). Nous avons ainsi pu faire remplir quelques questionnaires. Puis, nous avons choisi de nous tourner vers les leaders d'opinion. En ce sens, nous avons été dans les associations maghrébines de Montréal, les centres culturels et les associations musulmanes qui nous ont été d'un grand appui. Les directeurs de ces associations ont rapidement fait passer nos questionnaires au sein de leurs associations. Il s'agissait pour eux de venir en aide à une « sœur¹⁵⁸ ». En effet, dans les demandes adressées, via Internet, aux membres de leurs associations, nous étions présentée par le directeur de

¹⁵⁸ Terme par lequel on désigne les musulmanes.

l'association comme une « sœur » menant une recherche au Doctorat à qui il fallait apporter du soutien. Ceci a eu un effet immédiat. Plusieurs personnes - majoritairement des femmes - nous ont ainsi contactée pour remplir notre questionnaire. Elles se sont aussi proposées de participer à des entrevues si besoin était. Il s'agissait d'un véritable « élan de solidarité ». Ce soutien a été des plus efficaces. Ces leaders d'opinion ou directeurs d'associations communautaires et religieuses exerçant une influence au sein de la communauté, nous avons ainsi pu faire rapidement avancer notre recherche et obtenir ainsi les réponses d'individus pratiquants ou engagés au sein des communautés algérienne, marocaine, et tunisienne. Ils nous ont permis de distribuer nos questionnaires au sein de leurs associations et durant les *halaka*¹⁵⁹ organisées au sein de l'Université de Montréal.

Notre dernière contrainte repose sur notre difficulté à entrer en contact avec des vendeurs d'antennes satellite. En tentant d'approcher l'un des principaux vendeurs et installateur de paraboles à Montréal, nous avons pu constater de vives réactions à l'égard de notre recherche. Selon ce dernier, notre recherche allait créer les « mêmes problèmes qu'en France » et engendrer des questionnements que nul ne s'était posés jusque-là. Bref, notre rencontre a été des plus rudes. En fait, nous n'avons pas réussi à définir ce qui rendait la communication si difficile avec cette personne. Était-ce notre sujet de recherche, notre statut de femme algérienne émancipée, notre méconnaissance de la langue arabe ou encore le fait que notre sujet soulève davantage de questionnements qu'il n'y paraît.

8.5 Collaboration des enquêtés

Le degré de collaboration des enquêtés demeure encourageant. En effet, seuls 24 questionnaires n'ont pas été remplis. Ce taux de non-réponse est raisonnable, pour ce genre d'enquête jugée sensible et se veut statistiquement acceptable, alors que le taux de participation habituel est de l'ordre de 20 à 40%.

¹⁵⁹ Durant ces *halaka*, les Musulmans ou non-Musulmans se rencontrent afin d'y poser des questions sur la religion et d'y perfectionner leurs connaissances sur l'Islam.

8.6 Exploitation informatique des données

L'exploitation informatique des données constitue l'une des étapes les plus importantes dans la réalisation d'une recherche de type quantitatif. En effet, la qualité des analyses ainsi que leur fiabilité dépendent largement des outils d'exploitation, et des calculs d'indices divers. Nous avons effectué cette exploitation des données en utilisant le logiciel *SPSS/Data-Entry*¹⁶⁰, considéré parmi les logiciels les plus performants dans la saisie, le contrôle et l'analyse statistique des données. Ce logiciel a ainsi permis à la fois un gain de temps, une fiabilité statistique ainsi qu'une précision dans l'analyse des données. Il a facilité la réalisation du filtrage final du fichier ainsi que la préparation des tableaux statistiques et de l'ensemble des données nécessaires à la réalisation des travaux d'analyse. En somme, *SPSS/Data-Entry* a été utilisé pour réaliser les tâches suivantes :

1. Saisie des données ;
2. Réalisation des divers contrôles (validité et cohérence) ;
3. Equation du fichier (tableaux, statistiques).

¹⁶⁰ Statistical Package for the Social Sciences.

CHAPITRE IX

RESULTATS ET ANALYSE DE L'ENQUETE QUANTITATIVE

Ce chapitre présente les résultats de l'enquête par questionnaire que nous avons menée à Montréal. Nous dressons ainsi les principaux constats chiffrés de cette recherche quantitative. Il s'agit de mettre en lumière les principales caractéristiques de nos répondants, leur lien avec la société d'accueil ainsi que leur relation avec les médias francophones, anglophones et arabophones. La compilation de ces questionnaires nous a permis d'aboutir à une assez bonne représentation de la place des antennes paraboliques au sein de la population immigrante maghrébine à Montréal.

9.1 Caractéristiques de l'échantillon

En analysant les résultats de cette enquête, nous avons pu identifier les caractéristiques socioculturelles (pays d'origine, âge, sexe, statut, et profession) de nos répondants. Nous avons pu souligner le lien qu'ils entretiennent avec la société d'accueil et le pays d'origine. Cette enquête a aussi permis de prendre le pouls de la présence des médias arabes au sein des foyers nord-africains à Montréal. Grâce aux témoignages de ces répondants, nous avons pu constater la place de la parabole, de la télévision, et d'Internet au sein de ces foyers. Afin d'analyser ces réponses, nous présenterons les résultats à travers des thématiques qui nous semblent les plus pertinentes :

1. Caractéristiques socioculturelles des répondants ;
2. Relation à la société d'accueil ;
3. Lien à la communauté d'origine ;
4. Place des médias locaux au sein de la communauté ;
5. Place des médias transnationaux arabes.

9.2 Portrait de nos répondants

À travers l'analyse de la recherche que nous avons menée à Montréal, nous pouvons indiquer le nombre d'hommes et de femmes qui se sont prêtés à notre enquête, les tranches d'âges auxquelles ces personnes appartiennent, leur occupation ainsi que leur statut au Canada. Notre échantillon se compose ainsi de 126 personnes dont 53 provenaient d'Algérie, 52 du Maroc, et 21 de Tunisie. La grande majorité de ces répondants sont des hommes, âgés de 30 à 45 ans, qui se déclarent majoritairement de confession musulmane. La moitié d'entre eux (63 répondants précisément) sont mariés et près de la moitié de ces personnes mariées ont des enfants. Le tableau 9.1 ci-après permet de quantifier chacune de ces données. Il s'agit de préciser notre échantillon de façon chiffrée.

Tableau 9.1
Radioscopie des répondants

Aspects considérés	Précisions	Fréquence (nombre de répondants sur 126)	Pourcentage (%)
Pays d'origine	Algérie	53	42,1
	Maroc	52	41,3
	Tunisie	21	16,7
Sexe	Hommes	78	61,9
	Femmes	48	38,1
Groupes d'âge	12 à 18 ans	8	6,3
	19 à 25 ans	36	28,6
	26 à 35 ans	37	29,4
	36 à 48 ans	32	25,4
	49 à 60 ans	12	9,5
	60 et plus ans	1	,8
Catégories d'immigrants	Investisseurs	7	5,6
	Indépendants	86	68,3
	Parrainages	15	11,9
	Autres (réfugiés, étudiants)	18	14,3
Nombre d'années passées au Québec	Moins de deux ans	23	18,3
	Entre 2 et 5 ans	38	30,2
	Entre 5 et 10 ans	40	31,7
	10 ans et plus	25	29,8

9.3 Raisons de l'immigration au Québec

Si la majorité des répondants a affirmé avoir immigré directement au Québec, on peut néanmoins souligner que certains d'entre eux ont transité par un autre pays. On retrouve ainsi plusieurs personnes qui ont vécu en France, à Dubaï, en Belgique, en Suisse, en Espagne avant de s'installer au Québec. Il s'agit essentiellement de pays où l'on retrouve une majorité d'immigrants venus d'Afrique du Nord. La France et la Belgique, proches géographiquement ont longtemps accueilli des contingents d'immigrants maghrébins. Depuis la fermeture des frontières européennes, nombreux sont ceux qui ont décidé de s'installer à Dubaï. En ce qui a trait à la Suisse, il s'agit de la terre d'asile pour de nombreux réfugiés. Même si très peu d'entre eux y restent car il est difficile d'y obtenir un statut de résident¹⁶¹.

Comme nous avons pu le décrire, lors de l'analyse des résultats de notre recherche ethnographique, la majorité des immigrants quitte le Maghreb pour des raisons qui sont essentiellement d'ordre économique et politique (112 répondants sur 126 affirment avoir quitté leur pays d'origine afin de se stabiliser économiquement). De plus, nous avons pu constater que plusieurs répondants ont affirmé avoir été attirés par le système éducatif canadien. Ainsi, nombreux sont ceux qui viennent au Canada dans l'espoir d'y trouver une situation économique meilleure ou encore dans le but d'offrir à leurs enfants la possibilité de poursuivre des études au sein de prestigieuses universités nord-américaines.

¹⁶¹ L'accord sur la libre circulation des personnes conclu entre la Suisse et l'Union européenne et ses États membres est entré en vigueur le 1er juin 2002. En vertu de cet accord, les ressortissants des pays de l'Union européenne (et des pays de l'AELE) ont le droit d'entrer en Suisse et de s'y établir, pour autant que les conditions prévues par l'accord soient remplies. Les ressortissants de pays tiers sont soumis aux dispositions de la loi fédérale sur les étrangers (LEtr). Leurs conditions d'admission en Suisse sont restrictives ; en principe, il n'existe aucun droit à l'admission. Dans certains cas particuliers (formation, regroupement familial, retraite en Suisse) et à certaines conditions, le droit de séjour peut être accordé. Informations recueillies sur le site de la Confédération suisse consulté le 25 avril 2009 <http://www.ch.ch/private/00029/00030/00185/00204/index.html?lang=fr>

9.4 La langue

Le facteur « langue » se veut déterminant pour qui s'intéresse à une communauté en particulier. Comme nous l'avons souligné précédemment les Maghrébins sont majoritairement francophones et leurs langues d'origines sont soit l'arabe soit le berbère. En questionnant les répondants sur leur rapport à la langue, nous avons pu déceler la place de la langue française au sein de ces foyers. Ainsi, 105 personnes utilisent la langue française au quotidien et 88 d'entre elles s'expriment en langue arabe au sein de leurs foyers.

Tableau 9.2
Langues parlées au quotidien

Langues	Fréquence (nombre de répondants sur 126)	Pourcentage (%)
Français	105	83,3
Anglais	1	,8
Arabe	16	12,7
Berbère	4	3,2
Total	126	100,0

On constate ainsi que la langue la plus utilisée au quotidien est la langue française. Seul un répondant s'exprime fréquemment en langue anglaise. Il faut donc comprendre que la majorité de ces immigrants exerce des professions, étudie et vit dans des quartiers où l'on s'exprime majoritairement en français. Néanmoins, on peut souligner qu'au foyer, on peut constater que ces individus utilisent leur langue d'origine majoritairement.

Ainsi, la langue maternelle est celle que l'on utilise à la maison. Comme on peut le constater dans le tableau 9.3 ci-après, la majorité des répondants s'exprime en langue arabe dans les

relations familiales. Les Berbères, moins importants en nombre dans notre échantillon, utilisent eux aussi la langue maternelle pour communiquer en famille. On comprend ainsi le désir de cette communauté de vouloir préserver sa culture d'origine à travers l'usage de la langue maternelle. Nous avons pu constater, lors de notre enquête ethnographique, le besoin et même la nécessité pour les parents de parler français à la maison afin de faciliter l'adaptation des enfants à la société québécoise. D'autres invoquent la nécessité de préserver la langue du Coran au sein de leurs foyers pour permettre de préserver la religion musulmane dans leurs foyers.

Tableau 9.3
Langues parlées en famille

Langues	Fréquence (nombre de répondants sur 126)	Pourcentage (%)
Français	14	11,1
Anglais	1	0,8
Arabe	89	70,6
Berbère	22	17,5
Total	126	100,0

9.5 Intégration à la société québécoise

9.5.1 Emploi

Dans l'ensemble, les répondants affirment avoir eu de la difficulté à acquérir un premier emploi. Nul besoin de rappeler une fois de plus que les Maghrébins sont, au Québec, les immigrants les plus touchés par le chômage. En ce sens, plus de la moitié de nos répondants - 62,8% plus précisément - affirment avoir eu de la difficulté à obtenir un premier emploi. La majorité d'entre eux invoque le manque d'expérience professionnelle québécoise. Malgré tout, la majorité exprime de la satisfaction à l'égard de sa situation professionnelle.

9.5.2 Relation avec le Québec

La majorité de ceux qui ont rempli notre questionnaire estime avoir sa place au sein de la société d'accueil, soit 109 sur 126. Seulement 17 répondants sur 126 pensent que le Québec n'est pas *leur* pays. Les autres s'y sentent chez eux et ont fait du Québec, non pas une zone de transit, mais leur pays d'adoption. Quand on les questionne sur leurs relations interpersonnelles au Québec, la majorité affirme avoir davantage de contacts avec des Maghrébins. Seulement 25 personnes expriment le fait qu'elles ont davantage de contacts avec les membres de la population canadienne et québécoise. Enfin, seules 26 personnes expliquent qu'elles sont distantes de leur communauté d'origine.

9.5.3 Discrimination

La grande majorité (118 répondants) affirme n'avoir jamais souffert de discrimination au Québec. La société leur paraît accueillante et, dans l'ensemble, ces répondants se sentent proches des natifs de la communauté d'accueil. Ceci même si plus de la moitié de ces répondants (76 sur 126) a exprimé avoir eu de la difficulté à trouver un premier emploi. Seulement 11 personnes expliquent cette situation par une méconnaissance des deux langues officielles, et de l'anglais en particulier. En fait, la majorité explique cette difficulté par un manque d'expérience professionnelle québécoise. Dans la majorité, plus de la moitié des répondants (68 sur 126) explique être satisfait de sa situation professionnelle.

9.5.4 Valeurs québécoises

En ce qui a trait à leur relation avec les valeurs québécoises, 123 répondants sur 126 affirment en être proches et n'éprouver aucune difficulté avec celles-ci. Ceci précise la volonté d'intégration des membres de cette communauté qui, même s'ils souhaitent préserver leur culture d'origine, épousent en même temps les valeurs de la société québécoise.

9.5.5 Lien avec le pays d'origine

Une majorité de ces répondants exprime son désir de préserver le contact avec le pays d'origine. D'ailleurs, la grande majorité (94 sur 126 individus) affirme être retournée au pays au moins une fois depuis son arrivée au Québec et ce, essentiellement pour des raisons familiales. Ceci se caractérise par le désir de retrouver les personnes (parents ou amis) laissés au pays. Pour certains, même s'ils sont moins nombreux, il s'agit d'une manière de pallier la nostalgie. Quand on les questionne sur un éventuel projet de retour au pays, seules 7 personnes sur 126 expriment l'idée de repartir un jour au pays. Pour la grande majorité d'entre eux, l'utilisation du téléphone permet de garder le contact avec « le bled ». Ainsi 111 personnes utilisent le téléphone comme moyen de préserver un lien avec la famille restée au pays. De plus, nous avons pu mesurer l'importance d'Internet auprès des membres de cette communauté immigrante puisque 118 répondants utilisent Internet pour communiquer à moindre coût, via *Skype* ou *MSN*, avec le pays d'origine.

9.5.6 Les associations communautaires

Au Québec, si de nombreuses communautés se tournent vers des associations communautaires pour se rassembler et garder un contact avec les pays d'origine, on constate que c'est loin d'être le cas pour les Maghrébins de Montréal. C'est d'ailleurs le constat que nous avons fait après l'analyse de notre enquête ethnographique. En effet, seulement 19 répondants - majoritairement marocains - affirment préserver le contact avec le pays par le biais d'une association communautaire. On peut néanmoins souligner que les activités organisées (fêtes, rassemblements) par ces associations suscitent un vif intérêt. On le constate surtout auprès de la communauté algérienne où les rassemblements festifs et commémoratifs (Printemps berbère, nouvel an, fête nationale algérienne, concerts) rassemblent le plus grand nombre. Par ailleurs, la religion demeure un élément important à la préservation des valeurs d'origine puisque 107 personnes sur 126 fréquentent les mosquées de Montréal.

9.6 La relation avec les médias

9.6.1 Représentation dans les médias canadiens et québécois

Lorsque l'on questionne ces immigrants sur leur représentation dans les médias canadiens, 85% affirment ne pas du tout y être représentés. Le constat dans les médias québécois est un peu moins alarmant puisque ce taux (75,4%) y est moins élevé.

9.6.2 Langue d'écoute de la télévision

Les médias (télévision, presse, radio) de la société d'accueil sont, dans l'ensemble, appréciés de nos répondants. Ainsi, la majorité d'entre eux (111 sur 126) avoue s'y intéresser. Quand on les questionne sur leurs habitudes médiatiques et notamment la langue d'écoute de la télévision, une grande majorité (88,9%) des répondants affirme qu'elle se fait essentiellement en français.

Tableau 9.3
Consommation des télévisions francophone et anglophone

Types de programmes	Fréquence (nombre de répondants sur 126)	Pourcentage (%)
Programmes francophones	106	84,1
Programmes anglophones	12	9,5
Indécis	8	6,4
Total	126	100,0

En réalité, la consommation des médias en français n'est pas une découverte pour les immigrants maghrébins installés au Québec. Comme nous l'avons vu précédemment, la majorité de ces personnes regardaient la télévision dans la langue de Molière alors qu'elle vivait en Algérie, au Maroc, ou en Tunisie. Au sein de ces trois pays, la parabole est devenue un véritable phénomène de société et, comme le souligne Samy Ghorbal (2003), les

Maghrébins y recherchent les chaînes étrangères. Il explique ainsi qu'en en Algérie, « entre « l'Unique » - surnom donné ironiquement à leur télévision nationale - et « la Une » (TF1, première chaîne française), le cœur des Algériens ne balance pas ». Comme le précise le journaliste de « Jeune Afrique », les Algériens ont le sentiment que les chaînes françaises leur appartiennent. Les plus âgés ont connu l'ORTF¹⁶² et les plus jeunes ont été initiés par les travailleurs immigrés qui ont ramené de Marseille, Paris ou Lyon les premières antennes paraboliques afin de continuer à suivre leurs programmes français favoris. Comme le souligne Ghorbal, le comportement des téléspectateurs algériens est d'ailleurs une « inépuisable source d'étonnement pour les sociologues des médias, tellement il est proche de celui des Français ». Les télévisions françaises ne sont donc pas étrangères aux Algériens, ni même aux Tunisiens ou encore aux Marocains.

Il n'est [donc] pas rare, sur les terrasses de cafés de Rabat ou Casablanca, d'entendre de nombreux clients débattre des derniers sujets des émissions françaises « C'est mon choix », « Sans aucun doute » ou encore « La direction opposée », diffusée par la chaîne arabe Al-Jazira. Ceux qui ont le malheur de ne pas comprendre de quoi il est question sont irrémédiablement mis à l'écart. Car dans un contexte médiatique caractérisé par le conformisme et la révérence, où la plupart des grands médias [marocains] sont contrôlés directement ou indirectement par le pouvoir politique, la parabole est perçue comme un moyen d'évasion, d'information et de divertissement. Avec une antenne standard, un foyer marocain peut recevoir TV5, la Cinquième, Eurosport, Canal Horizons, MCM, Festival ou encore Odyssée, sans compter le bouquet TPS auquel de plus en plus de Marocains s'abonnent directement depuis la France ou sur le marché noir¹⁶³.

Cet engouement pour les chaînes étrangères (françaises, et qatarie, notamment) de la part des populations maghrébines s'expliquerait, en grande partie, par le manque de crédibilité des chaînes nationales algérienne, tunisienne, et marocaine. Comme le précise Ben Belgacem (cité par Smati, 2009), en Tunisie,

¹⁶² Office de radiodiffusion télévision française.

¹⁶³ Extrait de l'article « Maroc : parabole mon amour », paru le vendredi 16 février 2009, consultable sur le site <http://www.afrik.com/article2214.html>

L'insatisfaction à l'égard de l'offre nationale d'information et l'absence de liberté d'expression au sein de la télévision étatique se conjuguent avec l'abondance de l'offre internationale en information pour faciliter le processus de divorce entre le téléspectateur tunisien et sa télévision nationale et le détournement de celui-ci vers les chaînes de télévision étrangères [françaises, italienne, ou qatarie].

Cet aperçu de la place qu'occupent les médias étrangers, français ou arabes, au sein de ces trois pays du Maghreb nous permet donc de comprendre que les Maghrébins consommaient des produits médiatiques francophones avant même de s'installer au Québec.

9.6.3 Programmes suivis à la télévision québécoise

La moitié des répondants (63 sur 126) affirme posséder le câble depuis au moins trois ans. Celui-ci permet pour l'essentiel de regarder RDI, d'avoir accès aux magazines et documentaires, et aussi d'avoir accès à TV5. Nous pouvons constater l'intérêt de ces personnes pour les bulletins et magazines d'informations, et débats sur l'actualité économique et sociopolitique ainsi que les films. Néanmoins, les émissions de divertissement et de variétés diffusées sur les chaînes canadiennes connaissent beaucoup moins de succès. Nous constatons donc que les chaînes québécoises sont essentiellement consommées dans le but de connaître la société. Il ne s'agit pas d'un désir de se faire plaisir mais davantage par souci d'intégration économique. Un fait que nous avons déjà souligné lors de l'analyse de notre enquête qualitative. De plus, la majorité de ces personnes (109 sur 126) estime que les chaînes de télévision canadiennes et québécoises peuvent être regardées en famille. Les programmes présentés ne sont donc pas contraires aux valeurs familiales de cette population. Nous avons établi un classement de ce qui est regardé par ces personnes à la télévision québécoise. Il s'énonce comme suit :

1. Magazines d'information et débats sur l'actualité économique et sociopolitique ;
2. Bulletins d'informations ;
3. Films, séries télévisées (américains);
4. Émissions de divertissement ;
5. Émissions culturelles.

À travers ces points, nous pouvons jauger l'intérêt de nos répondants pour certains programmes québécois. Notre étude portant spécifiquement sur les médias arabes, nous tenterons, à travers les sous-sections suivantes, de préciser leur place auprès des Maghrébins installés au Québec.

9.7 La télévision en arabe

9.7.1 La parabole

En ce qui a trait à la parabole, plus de la moitié des répondants (69 sur 126) affirme en posséder une au sein de leurs foyers. Et, 12 personnes comptent en acquérir une prochainement. La majorité de ces individus qui possède une antenne satellite sur son balcon ou sur le toit de sa maison explique que l'achat de la parabole a essentiellement été guidé par le besoin de préserver un lien avec le pays d'origine. Cette acquisition ne serait donc pas nécessairement liée à la programmation des chaînes de télévision canadienne et québécoise ni par la représentation des Maghrébins ou des arabo-musulmans sur ces mêmes chaînes. Le désir de renouer avec le pays d'origine ainsi que la culture de ses ancêtres demeure donc un facteur qui détermine l'acquisition de l'antenne satellite.

9.7.2 Contrastes d'un pays à l'autre

En analysant ces résultats, nous avons aussi pu constater des contrastes quant à l'acquisition de la parabole entre les individus provenant d'Algérie, du Maroc, et de la Tunisie. En effet, la majorité des personnes ayant reconnu posséder la parabole depuis au moins cinq ans provient essentiellement du Maroc. Les personnes originaires d'Algérie ont essentiellement commencé à s'y intéresser depuis au moins trois ans. Nous pouvons néanmoins souligner que très peu d'individus provenant de Tunisie se sont attachés à acquérir une antenne satellite. Même s'ils ne constituent qu'une faible part de notre échantillon, il semblerait que les immigrants d'origine tunisienne soient plus distants de la chaîne du pays d'origine. Ceci pourrait s'expliquer par l'insatisfaction à l'égard de l'offre nationale d'information et par l'absence de liberté d'expression au sein de la télévision étatique décrite par Ben Belgacem (voir ch. IX, sect. 9.6.2, p. 265).

Tableau 9.4
Origines des individus possédant une parabole

Pays d'origine	Fréquence (nombre de répondants sur 69)	Pourcentage (%)
Algérie	25	35,7
Maroc	38	54,8
Tunisie	6	9,5
Total	69	100,0

9.7.3 Internet, un autre moyen de réception des médias arabes

Internet permet aussi de préserver un lien avec le pays d'origine par la lecture des journaux. Ainsi, parmi la totalité de nos répondants, 89 sur 126 d'entre eux reconnaissent consulter la presse du monde arabe au moins une fois par semaine sur Internet. Ceci afin de se tenir informé de ce qui se passe au sein du pays d'origine mais aussi pour suivre les événements liés au Proche-Orient. Internet permet aussi l'écoute des émissions de radio du pays d'origine. En ce sens, 41 personnes écoutent fréquemment la radio du pays d'origine sur le *web*. Dès lors, on constate qu'une portion de ceux qui ne peuvent s'offrir d'antenne satellite se portent vers Internet pour prendre l'information du pays d'origine à sa source ou pour se divertir dans leur langue maternelle.

9.7.4 Appréciation des programmes

La majorité des répondants possédant l'antenne satellite affirme regarder essentiellement les chaînes des pays d'origine¹⁶⁴ ainsi que d'autres chaînes arabophones, parmi lesquelles la chaîne *Al-Jazeera* qui est la plus regardée par les hommes et *LBC*, chaîne libanaise de

¹⁶⁴ Seulement les chaînes algérienne (Canal Algérie) et marocaine (2M). La chaîne tunisienne, TV7, n'a pas été citée par nos répondants.

divertissement, par les femmes. Ceci témoigne des divergences entre les hommes et les femmes quant aux programmes suivis.

Ainsi, les hommes affirment s'intéresser davantage aux magazines d'informations et les femmes aux émissions de divertissement, aux films et séries diffusés par ces chaînes. En ce qui a trait aux émissions religieuses, elles sont suivies - essentiellement durant le mois de ramadan - par près de la moitié des personnes interrogées (63 sur 126). Aussi, la moitié des répondants possédant le satellite déclare se porter davantage vers ces médias arabes durant les périodes de fêtes religieuses (aïd, ramadan, pèlerinage) ou lors d'événements particuliers au sein du pays d'origine. Hassen Zargouni, directeur général de Sigma conseil, un cabinet de conseil en stratégie et d'étude d'audiences basé à Tunis, explique que « pendant le ramadan, le taux de pénétration des chaînes nationales (en comparaison avec les chaînes du Moyen-Orient et les chaînes françaises) monte à près de 80% en Tunisie et à près de 60% en Algérie. Cette période de jeûne est donc, comme nous l'avons déjà souligné, particulièrement propice à la consommation des médias arabes tant dans les sociétés d'origine que dans le pays d'accueil.

Nous constatons chez ceux qui possèdent la parabole que les programmes ne sont pas suivis avec la même fréquence, à l'exception de certaines émissions essentiellement suivies par les femmes. Nous évoquions Star Academy dans notre introduction mais nous pouvons ajouter ici les feuilletons égyptiens ou turcs diffusés sur les chaînes du pays d'origine ou par LBC. À titre d'exemple, nous citerons le feuilleton turc « Nour », diffusé sur la chaîne libanaise MBC, qui a connu un véritable succès auprès de la gente féminine¹⁶⁵. Afin de jauger le type de programmes que consomment nos répondants sur la parabole, nous avons, là encore, établi un classement des cinq genres télévisés les plus appréciés. Ils s'énoncent comme suit :

¹⁶⁵ Nous avons d'ailleurs été extrêmement surprise de constater que la diffusion de ce feuilleton exerçait la même réaction en Algérie, en France, et à Montréal. En effet, lors d'un de nos séjours en Algérie, nous avons pu constater l'engouement de nos cousines et tantes qui se réunissaient quotidiennement dans une même pièce pour regarder *Nour* sur MBC. À Montréal, nous avons pu constater la même réaction où les femmes d'une même famille et issues de deux générations (mère et filles) se réunissaient pour ce même feuilleton. Pour mesurer l'ampleur de ce feuilleton dans le monde arabe, voir appendice D.

1. Émissions de divertissement;
2. Bulletins d'informations (sur Al Jazeera spécifiquement);
3. Émissions religieuses;
4. Films et séries télévisées;
5. Magazines d'informations et débats sur l'actualité économique et sociopolitique;

Nous pouvons constater que les programmes télévisés suivis sur ces chaînes arabes reposent essentiellement sur le divertissement et l'information. En ce sens, le mode de consommation des médias de la culture ou du pays d'origine arabes serait, essentiellement, caractérisé par un usage à la fois, affectif et cognitif.

Par ailleurs, seules 31 personnes sur 126 affirment regarder les programmes arabes avec la même fréquence. À travers ce constat, nous comprenons que la consommation des médias arabes dépend de la situation dans laquelle se trouvent ces immigrants.

9.7.5 Les jeunes

Les plus jeunes de nos répondants, même s'ils ne constituent qu'une faible part de notre échantillon - seulement 8 répondants sur 126 appartiennent à la catégorie des 12-18 ans - affirment être « déconnectés » de ces médias arabes. La plupart de ces jeunes téléspectateurs leur préfèrent, ainsi, les « émissions jeunesse » locales diffusées sur les chaînes du câble¹⁶⁶.

9.8 Quand la parabole ne fait pas l'unanimité

Si plus de la moitié des répondants a fait l'acquisition d'une parabole, il n'en demeure pas moins que près du tiers précise y être défavorable. Ainsi, l'antenne satellite n'emporte pas l'adhésion de tous et ceci s'explique pour quatre raisons majeures énoncées comme suit :

¹⁶⁶ Chaînes *Vrak TV*, *Séries +*, et *Musique Plus*.

a. Le prix d'installation

Comme certains de nos répondants nous l'avaient précisé, lors de notre enquête ethnographique, le prix d'installation d'une parabole dans la région montréalaise demeure encore trop élevé. Les installateurs n'étant pas nombreux, l'absence de concurrence rend les prix fixes. Comme nous avons néanmoins pu le constater lors de notre enquête que des rabais sont offerts lors d'événements comme le ramadan.

b. Le manque de crédibilité des informations transmises par les médias du pays d'origine

Au regard de nos résultats, nous constatons que les informations, si elles sont suivies en arabe, le sont généralement sur la chaîne Al Jazeera. De manière générale les ressortissants de ces trois pays que sont l'Algérie, le Maroc et la Tunisie ne donnent que très peu de légitimité aux informations qui sont diffusées sur les canaux des pays d'origine. De ce fait, les bulletins d'information de ces pays sont essentiellement suivis lors d'événements particuliers (élections ou catastrophes naturelles, par exemple) au sein de ces pays. Les autres regardent les chaînes canadiennes tout autant que celles provenant du Maghreb et du Moyen-Orient. Selon eux, il est nécessaire de conjuguer les deux points de vue - arabe et canadien - pour avoir accès à une « *véritable* » information sur le pays d'origine ou sur la situation au Moyen-Orient. À cet égard, nous avons pu constater, à travers nos deux enquêtes, l'importance de la chaîne francophone TV5 Monde.

c. Les revendications identitaires et linguistiques

Les répondants originaires de Kabylie, en Algérie, sont, en majorité, extrêmement hostiles à l'acquisition d'une parabole qui permet la réception de programmes en langue arabe principalement. Car, hormis quelques bulletins d'informations diffusés en berbère sur les chaînes algériennes et marocaines, les contenus des programmes sont diffusés principalement en langue arabe. Comme nous l'avons précédemment précisé, la grande majorité des Kabyles ne se considère pas rattachés à la culture arabe. Durant notre enquête ethnographique, nous

avons déjà pu constater lors de nos entretiens avec un couple originaire de Kabylie son désintérêt pour des programmes en langues arabe.

d. La volonté de s'intégrer à la société d'accueil

Il s'agit là d'un point crucial pour notre recherche. Nous constatons que la majorité de ceux qui refusent d'acquérir la parabole expliquent cela par leur volonté de s'intégrer à la société d'accueil. Il s'agirait d'un frein à leur adaptation au sein du pays d'adoption. Comme nous l'avons déjà souligné lors de notre précédente enquête, ces immigrants sont conscients que les médias, notamment la télévision, joue un rôle important dans leur intégration. En s'ouvrant davantage aux médias du pays d'accueil, ces immigrants pensent ainsi faciliter leur connaissance de la société, de la politique, des mœurs, des us et coutumes, et de la culture québécoise. Nous remarquons que les médias offrent de l'information aux immigrants.

Par ailleurs, nos répondants nous ont signalé - en commentant notre questionnaire - qu'il existe une autre raison pouvant expliquer l'impossibilité d'acquérir une parabole. Elle repose sur le refus de certains propriétaires d'immeubles de voir une parabole installée sur leurs toits ou sur leurs balcons de leurs immeubles.

Cette enquête quantitative nous a donc permis de prendre le pouls de la situation des médias arabes auprès des Maghrébins à Montréal. Nous avons mené deux enquêtes sur le terrain et chacune d'elle a contribué, selon nous, à l'avancement des connaissances. Plus spécifiquement, nous nous sommes demandée ce qui ressort de la combinaison de ces deux enquêtes. La sous-section suivante met en perspective les spécificités des deux méthodes employées pour la réalisation de notre recherche.

9.9 Regard sur nos deux enquêtes

À la lumière des résultats de nos deux enquêtes, il nous a paru utile, voire nécessaire, de souligner en quoi chacune d'elle a contribué à l'aboutissement de notre recherche ou encore ce que leur combinaison a permis de mettre en perspective. Il s'agit donc de souligner les

caractéristiques propres à ces deux enquêtes et, par là même, de montrer ce qui les distingue et les rend complémentaires.

Comme nous l'avons souligné, ces deux enquêtes se distinguent avant tout par leurs méthodologies. L'une, qualitative, s'articule autour d'entretiens en profondeur semi-dirigés menés auprès de seize personnes. L'autre, quantitative, a été conduite à l'aide d'un questionnaire auquel cent vingt-six individus ont accepté de répondre. À première vue, notre enquête quantitative nous a permis de questionner davantage de personnes. L'enquête quantitative a porté sur un échantillon plus conséquent et plus diversifié. Elle nous a permis de dresser un portrait des Maghrébins à Montréal, identique à celui qu'a élaboré Statistiques Canada, soit une population jeune, instruite, et francophone. Nous pensons que le principal intérêt de cette démarche réside dans sa capacité d'appréhension chiffrée de la consommation des médias par les immigrants maghrébins à Montréal (le nombre d'individus possédant une parabole, les chaînes de télévision les plus regardées, l'usage d'Internet, etc.).

Comme nous l'avons souligné dans notre introduction, les télédiffuseurs québécois craignent que les populations immigrantes installées au Québec se détournent des médias francophones pour se diriger vers les médias anglophones. À la lumière des résultats de nos deux enquêtes, nous constatons, au contraire, que la majorité de nos répondants a une préférence pour les médias de langue française. Si ces deux enquêtes conduisent à cette conclusion, nous constatons que l'enquête quantitative ne donne aucune précision sur la conception qu'ont les immigrants de leur identité et n'explique pas leur parcours migratoire. Même si nous nous sommes attachée, à travers notre questionnaire, à poser des questions sur la relation des répondants avec le pays d'origine et la société d'accueil, il n'en demeure pas moins que les questions identitaires ou culturelles - pierre angulaire de notre recherche - n'ont pu être mises en évidence dans l'enquête quantitative. Pour pallier ces lacunes, nos entretiens en profondeur, beaucoup plus riches, nous ont donc été des plus précieux. Ils nous ont permis d'appréhender la manière dont nos répondants conçoivent leur parcours migratoire, leur identité. Bref, tout ce qu'une approche quantitative, à elle seule, n'aurait pu mettre en lumière. Il s'agit là d'un point crucial qui permet de faire une première distinction entre nos deux enquêtes. Après une première lecture de nos résultats, il ressort que l'une des

caractéristiques premières de notre enquête ethnographique repose donc sur sa capacité à mettre en lumière des parcours de vie. Cependant, une lecture plus attentive de tous nos résultats, nous permet de souligner que la combinaison de deux enquêtes dont les méthodologies relèvent de paradigmes distincts (la démarche ethnographique s'inscrivant dans le paradigme de la complexité alors que l'approche quantitative relève du paradigme néo-positiviste de la simplification, selon Edgar Morin) nous a permis de faire ressortir les éléments proéminents relatifs à la consommation des médias par les immigrants maghrébins à Montréal. Afin de préciser dans quelle mesure chacune de ces études a contribué à l'avancement des connaissances sur un domaine encore trop peu exploré au Québec, nous avons choisi de comparer, de façon thématique, les résultats de ces deux enquêtes, et d'en faire ressortir leurs spécificités respectives.

a) Le parcours migratoire

En nous appuyant sur cette question du parcours migratoire, nous avons pu constater que ces deux enquêtes nous ont permis de mettre en relief les motifs qui ont poussé nos répondants à immigrer, et surtout, de souligner les raisons qui les ont incités à choisir le Québec comme terre d'adoption. Comme nous l'avons vu, nombreux sont ceux qui viennent au Canada dans l'espoir d'y améliorer leur situation économique, dans le but de garantir un avenir à leurs progénitures, ou encore d'étudier au sein de « prestigieuses universités canadiennes ». Notre enquête ethnographique nous a permis de faire ressortir, à travers les discours de nos répondants, un point fondamental quant au choix d'immigrer au Québec, celui de « vivre le rêve américain en français ». Les propos de ces hommes et de ces femmes nous ont ainsi permis de mettre en exergue ce facteur qui, selon nous, se veut déterminant pour qui veut comprendre l'immigration maghrébine au Québec. Nous pensons que cet élément a contribué à l'avancement de notre recherche puisqu'il insiste sur la volonté de la majorité de nos répondants à « immigrer en français ». Sur ce point, nous constatons que notre enquête quantitative ne nous aurait sans doute pas permis de souligner cet attachement de la population maghrébine à la langue française. En ce qui a trait à cette question du parcours migratoire, nous constatons donc le mérite de notre enquête ethnographique à souligner divers enjeux identitaires liés à l'immigration.

b) Interactions avec la société d'accueil

À travers les discours de nos répondants, nous avons pu préciser le sens qu'ils donnent à leur interaction avec la société d'accueil et le pays d'origine. Qu'ils soient venus en quête d'une vie meilleure ou pour garantir un avenir à leurs enfants, les propos de nos répondants nous ont permis de comprendre la manière dont ils perçoivent et comprennent la société québécoise. À travers leurs discours, nous avons pu mettre en perspective leur sentiment d'être des déracinés, des individus en quête d'une intégration et souvent partagés entre deux cultures. Nos deux études nous ont ainsi permis de découvrir l'image que ces immigrants ont du Québec. La majorité d'entre eux a décrit la province francophone comme une terre accueillante et tolérante. Néanmoins, quand nous les avons questionnés sur leur situation professionnelle au Québec, la majorité a fait état des difficultés liées à l'obtention d'un premier emploi. Au regard de notre enquête quantitative, ces difficultés s'expliqueraient essentiellement par un manque d'expérience professionnelle québécoise. Les résultats de notre enquête qualitative en disent davantage sur cette question. Pour les résumer, nous avons choisi de citer les propos de l'une de nos répondantes d'origine marocaine : « si t'es voilée, ils vont dire le voile, si t'es pas voilée, c'est l'expérience, si ce n'est pas l'expérience, ils vont te dire, tu n'es pas bilingue ». Les propos de cette jeune femme sont venus préciser les difficultés auxquelles sont confrontés la majorité des immigrants maghrébins que nous avons rencontrés. Ils permettent aussi de comprendre que la perception de la société d'accueil par les immigrants peut varier en fonction de leur degré de satisfaction à l'égard de leur situation sociale, économique, professionnelle au Québec. En fonction de cette perception, à travers sa capacité de réaliser ses aspirations dans la société d'accueil et en fonction de ses expériences vécues dans la société d'accueil, l'immigrant va ainsi définir sa conception de l'intégration « réussie ». Au regard des témoignages de nos répondants, nous avons pu mettre en place une définition de l'intégration, telle que perçue par la majorité d'entre eux, soit « être intégré, c'est avoir un emploi à la hauteur de ses compétences ». Cette définition se veut déterminante pour notre recherche et, là encore, réside l'intérêt de notre enquête ethnographique.

Toutefois, malgré ces difficultés sur lesquelles plusieurs de nos répondants ont insisté, il ressort de nos deux enquêtes, une volonté affichée de la majorité à s'établir définitivement au

Québec. En effet, au regard des résultats de nos deux enquêtes, nous avons ainsi pu comprendre que la majorité d'entre eux n'envisage pas de « retour définitif au pays ». Certes, certains ont exprimé leur désir de « rentrer un jour quand les enfants seront grands », et d'autres envisagent un rapprochement avec la Méditerranée via une installation en Europe, mais, dans l'ensemble, la majorité affiche sa volonté de s'établir définitivement au Québec et, surtout, de tenter d'y trouver sa place et, par là même, de s'y intégrer.

c) Interactions avec le pays et la culture d'origine

À la lumière de nos deux enquêtes, nous avons pu constater que la majorité de nos répondants exprime son désir de préserver le contact avec le pays et la culture d'origine. En ce sens, la grande majorité affirme être retournée « au pays » depuis son arrivée au Québec et ce, essentiellement pour des raisons familiales ou de ressourcement. Pour la grande majorité de nos répondants, il est donc nécessaire de préserver un contact avec le pays d'origine, et surtout, avec les personnes (famille, amis) qu'ils y ont laissées. Pour ce faire, la majorité utilise le téléphone ou encore Internet. Toutefois, à travers nos deux enquêtes, nous avons pu constater que si nos répondants souhaitent préserver des liens avec le pays d'origine, il n'en demeure pas moins qu'ils ne se replient pas nécessairement sur leur communauté d'origine établie au Québec. À travers nos deux enquêtes, nous avons, en effet, pu constater la faible participation de nos répondants aux activités proposées par les associations culturelles ou communautaires. À l'exception de quelques événements (nouvel an berbère, fête nationale algérienne, concerts, fêtes religieuses), nous avons ainsi pu souligner leur faible engagement dans les milieux associatifs de leurs communautés d'origine. Cependant, nos deux enquêtes nous ont permis de constater l'importance des associations religieuses auprès de la majorité des personnes interrogées. La religion joue ainsi un rôle crucial dans la préservation des valeurs et de la culture d'origine. Celle-ci se veut donc fondamentale, surtout en ce qui a trait à l'éducation des enfants. Les discours de certains parents nous ont d'ailleurs permis de comprendre la nécessité d'inculquer des valeurs religieuses à leurs enfants afin de les protéger de certains comportements (consommation d'alcool, par exemple) qui iraient à l'encontre de leur propres valeurs. Notre enquête ethnographique a permis de souligner que certaines valeurs traditionnelles de la culture d'origine telles que le respect de la religion, et

de la famille, permettent de préserver des liens étroits entre les immigrants et leur cadre culturel d'origine. Parmi les éléments de la culture, nous avons pu constater qu'avec la religion, la langue exerce aussi une influence importante sur les pratiques et les raisonnements de nos répondants. Ces deux éléments que sont la langue et la religion apparaissent ainsi comme le « ciment » de la culture d'origine. Et, même si nous avons pu constater l'attachement de la majorité de nos répondants à la langue française, il n'en demeure pas moins que la majorité affirme vouloir préserver sa langue d'origine. Il faut donc comprendre que la majorité de ces immigrants vit, travaille, et étudie dans des quartiers où l'on s'exprime majoritairement en français mais que l'arabe ou le berbère sont le plus souvent les langues parlées à la maison. Pour certains parents, il s'agit de préserver la langue du Coran et, par là même, de maintenir vivantes les valeurs musulmanes au sein de leurs foyers. Toutefois, il est utile de préciser que si la langue d'origine est le plus souvent parlée à la maison, il n'en demeure pas moins que, lors de notre enquête ethnographique, certains de nos répondants (des Algériens surtout), ont exprimé l'importance et l'utilité de parler français à la maison afin de faciliter l'adaptation de leurs enfants à la société québécoise.

Dans l'interaction de nos répondants avec la société québécoise, il semble donc que la culture d'origine apparaît comme un repère. À travers notre enquête ethnographique, nos répondants nous ont conté comment leur propre culture intervient dans la perception qu'ils ont de la société d'accueil, de quelle manière ils tentent d'harmoniser les diverses valeurs qu'ils portent en eux, et comment se précise, se maintient, et se transforme leur sentiment d'identité tout au long de leur parcours migratoire. Nous avons ainsi pu observer que la coexistence harmonieuse des cultures d'origine et du pays d'accueil favorise chez ces immigrants des transformations culturelles qui se manifesteront par la conservation ou le rejet sélectif des valeurs de la culture d'accueil et de la culture d'origine.

Les résultats de nos deux enquêtes nous ont donc permis de souligner le lien étroit qu'entretiennent ces immigrants avec leur culture et leur pays d'origine. Et, si quelques-uns de nos répondants ne sont pas retournés sur leur terre natale depuis qu'ils l'ont quittée, il semblerait que les médias du pays d'origine viennent jouer un rôle d'apaisement de la nostalgie.

d) Consommation médiatique

En ce qui a trait à la question de la consommation des médias, nous avons pu constater à la lumière de nos deux enquêtes que la majorité de nos répondants se sent sous-représentée voire mal-représentée par les médias québécois et canadiens. Si nos deux enquêtes nous ont permis de jauger ce phénomène, notre enquête ethnographique nous amène à dire que cette faible ou mauvaise représentation dans les médias de la société d'accueil ne représenterait pas un frein à l'écoute de la télévision québécoise. En réalité, nous n'avons pas vu de lien entre cette sous-représentation et la consommation des médias québécois par ces immigrants. Si les chercheurs de l'UQAM, Proulx et Bélanger (2001), ont tenté d'établir un lien entre une sous-représentation des immigrants dans les médias québécois avec leur faible consommation de ces mêmes médias, nos enquêtes ont, au contraire, souligné une forte consommation des médias francophones par la majorité de nos répondants. Leurs discours nous ont d'ailleurs permis de comprendre que la consommation des médias dans la langue de Molière n'était pas une « découverte » pour les immigrants maghrébins installés au Québec. En effet, ces derniers, dans leur majorité, regardaient déjà la télévision française reçue via la parabole alors qu'ils vivaient encore en Algérie, au Maroc, ou en Tunisie. Ceci pourrait donc expliquer que malgré la prolifération des chaînes, des radios, des journaux accessibles par satellite ou Internet dans la langue d'origine, les répondants continuent de consommer des médias francophones même s'ils n'y sont pas (ou y sont mal) représentés. Il semblerait donc que les médias anglophones ne constituent pas la panacée de ces immigrants provenant d'Afrique du Nord. En ce qui a trait à cette question de la langue de la consommation des médias francophones, il serait, selon nous, opportun d'ajouter ici l'engouement de la majorité de nos répondants pour la chaîne de télévision francophone TV5 Monde, diffusée via le câble. Un point fondamental puisqu'il permet de souligner, une fois de plus, que la langue française favorise la consommation des médias francophones.

Dès lors, nous avons tenu à vérifier quel intérêt ces immigrants avaient pour les médias québécois et tenter de dresser un portrait des programmes québécois les plus appréciés. Il ressort que la majorité de nos répondants s'intéresse aux bulletins et magazines d'informations, ainsi qu'aux débats sur l'actualité économique et sociopolitique diffusés sur

les chaînes québécoises. Les chaînes de télévisions RDI et Radio-Canada connaissent ainsi un franc succès. Néanmoins, à la lumière de nos enquêtes, nous avons pu constater la faible appréciation des émissions de divertissements ou encore des téléromans diffusés sur les chaînes québécoises. À travers ces constats, il est intéressant de souligner que les programmes qui informent le public et donnent de l'information sur la société remportent l'adhésion de nos enquêtés. Les médias québécois apparaissent alors comme une source privilégiée de compréhension de la société d'accueil.

À travers ce constat, nous avons tenu à comprendre la relation entretenue par ces immigrants avec les médias de la culture d'origine. Dès lors, nos deux enquêtes sont apparues déterminantes pour évaluer la place des médias arabes auprès de nos répondants. Il ressort de ces enquêtes qu'en ce qui a trait aux chaînes de télévision arabes, plus de la moitié des répondants (69 sur 126) de notre enquête quantitative et un quart (4 sur 16) de nos répondants de l'enquête ethnographique ont affirmé posséder une parabole. La majorité de ces individus qui possède une antenne satellite explique que l'achat de la parabole a essentiellement été motivé par le besoin de préserver un lien avec le pays d'origine, de renouer avec la culture et les valeurs d'origine, ou encore pallier la nostalgie. Cette acquisition ne serait donc pas nécessairement liée à la programmation des chaînes de télévision canadienne et québécoise ni même à la représentation des Maghrébins ou des arabo-musulmans sur ces mêmes chaînes. Le désir de renouer avec le pays et la culture d'origine représente donc un facteur déterminant pour expliquer l'acquisition de l'antenne satellite. De plus, nous avons tenu à vérifier le lien supposé entre l'acquisition de la parabole et la volonté de se préserver de programmes contraires aux valeurs familiales diffusés sur les chaînes québécoises ou canadiennes. Sur ce point, les résultats de nos deux enquêtes s'opposent diamétralement. En ce sens, la majorité des répondants de notre enquête par questionnaire a estimé que l'acquisition de la parabole n'était pas liée à la préservation des valeurs familiales. Un constat qui vient s'opposer aux résultats de notre enquête ethnographique où plusieurs mères de famille ont souligné leur volonté de préserver leurs enfants de certaines images, contraires à leurs valeurs, diffusées sur les chaînes québécoises ou canadiennes. Pour ces femmes, l'utilité de la parabole reposerait donc sur sa capacité à protéger leurs enfants de scènes explicites de violence ou de sexualité.

Si la parabole permet de se préserver de certaines images jugées choquantes, celle-ci permet aussi de s'évader. En y regardant de plus près, et en nous concentrant sur les discours de nos informateurs, nous avons pu constater que la parabole est perçue comme une sorte de refuge. En ce sens, nous avons pu comprendre que certaines femmes ont choisi de se tourner vers les médias du pays d'origine parce que déçues de leurs conditions de vie au Québec. Ne trouvant pas les moyens de réaliser leur propre « rêve américain » grâce à l'obtention d'un emploi, certaines nous ont expliqué qu'elles trouvaient du réconfort dans l'écoute de certains programmes diffusés sur les chaînes arabes reçues par satellite. La parabole est ici perçue comme une échappatoire, un exutoire, permettant d'oublier certaines réalités de la vie quotidienne. Nous pensons donc que la relation des immigrants aux médias arabes dépend, pour l'essentiel, de la relation qu'ils entretiennent avec la société d'accueil. En effet, à la lumière de nos résultats, nous avons pu constater que les personnes les plus enclines à se réfugier dans ces médias étaient le plus souvent en quête d'une certaine stabilité sociale. Cependant, les répondants qui nous ont expliqué avoir réussi leur intégration à travers la réalisation de leurs projets (obtention d'un emploi, achat d'une maison, constitution d'un réseau social) semblent moins disposés à l'acquisition d'une parabole ou encore à la consommation unique de médias de la culture d'origine. Il semblerait donc que la consommation des médias transnationaux arabes varie en fonction du parcours migratoire ainsi que de la capacité d'intégration de chacun.

Par ailleurs, nos deux enquêtes nous ont permis de constater que la majorité des répondants possédant l'antenne satellite affirme regarder essentiellement les chaînes des pays d'origine ainsi que d'autres chaînes arabophones, parmi lesquelles la chaîne *Al-Jazeera* qui est la plus regardée par les hommes, et *LBC*, chaîne libanaise de divertissement, par les femmes. En effet, il ressort de notre étude que les chaînes de télévisions arabes exercent un pouvoir d'attraction plus fort auprès de la gente féminine que masculine. Sans vouloir sombrer dans un lieu commun qui voudrait que les femmes soient plus friandes de téléromans, il semble que les téléspectatrices consomment davantage de feuilletons turcs ou égyptiens que les hommes. Notre enquête ethnographique nous a d'ailleurs permis de souligner le fait que certains de ces feuilletons sont suivis de façon quotidienne par deux générations de femmes, de mères et de filles. De plus, lorsque nous leur avons demandé le nom des chaînes arabes les

plus sélectionnées au foyer sans tenir compte de leurs préférences individuelles, la vaste majorité des répondants s'est accordée sur le fait que les chaînes favorites émanent de leur pays d'origine. Cependant, la majorité de ces répondants a cité Al Jazeera comme la plus regardée pour les programmes d'information et les chaînes libanaises pour le divertissement, spécialement pour les feuilletons turcs ou égyptiens. En de rares cas, les générations se rencontrent donc devant les chaînes de télévisions arabes. Notamment durant les événements sportifs, les émissions de divertissements diffusées durant le ramadan, ou encore la diffusion de feuilletons arabes. Néanmoins, nos deux enquêtes ont permis de préciser que les plus jeunes de nos répondants, même s'ils ne constituent qu'une faible part de nos échantillons, affirment être « déconnectés » de ces médias arabes. La plupart de ces jeunes téléspectateurs leur préfèrent, en effet, les « émissions jeunesse » locales diffusées sur les chaînes (canadiennes ou québécoises) du câble ou encore des programmes des chaînes américaines ou anglophones. En somme, si les adultes éprouvent une certaine aversion à l'égard des médias anglophones, il n'en demeure pas moins que les plus jeunes, qui, eux, parlent anglais, ont de l'intérêt pour les programmes diffusés sur les chaînes canadiennes ou américaines. Ainsi, à l'instar d'études menées sur la consommation des médias par les jeunes immigrants du Québec, notre étude montre que les jeunes issus de l'immigration maghrébine sont plutôt marqués par la consommation de médias anglophones. En réalité, leur attirance pour ces médias anglophones ne diffère donc en rien de celle de leurs congénères. En ce sens, les adolescents, qu'ils soient natifs ou néo-Québécois, s'abreuvent essentiellement de programmes jeunesse, où se mêlent variétés, divertissements, comédies de situation, et fiction diffusés sur des canaux américains.

Par ailleurs, nos deux enquêtes ont permis de souligner la place de la chaîne Al Jazeera auprès de nos répondants. Qu'elles soient suivies à la télévision ou sur Internet, les informations transmises par la chaîne qatarie reçoivent l'adhésion du public. Ce dernier ne donne cependant que peu de légitimité ou crédibilité aux informations diffusées sur les chaînes des pays d'origine. À travers les discours de nos répondants, qu'ils proviennent d'Algérie, du Maroc, ou de la Tunisie, nous avons pu comprendre que ces informations sont perçues, pour l'essentiel, comme diffusées par des chaînes nationales au service des caciques du pouvoir. La presse y serait muselée, la censure y serait instaurée et les images

s'intéresseraient davantage au quotidien du président ou du Roi qu'à celui du peuple. De ce fait, il semblerait que les bulletins d'informations de ces pays soient essentiellement suivis lors d'événements particuliers (événement politique, catastrophes naturelles, incidents, par exemples) au sein de ces pays. Pour certains, il est donc nécessaire de conjuguer plusieurs points de vue afin d'aboutir à une « véritable » information sur le pays d'origine. À cet égard, nous avons pu constater l'importance de la chaîne francophone TV5 Monde qui, selon une majorité de nos répondants, offre une information « complète », « diversifiée », et, surtout, « internationale » qui ne se retrouverait ni dans les médias locaux (francophones et anglophones) ni dans les médias des pays d'origine. Cette chaîne permettrait ainsi un équilibre entre les chaînes québécoises qui, au goût de ces individus, ne développent pas suffisamment l'actualité internationale et les canaux des pays d'origine qui diffusent une information censurée et centrée pour l'essentiel sur l'image des dirigeants des pays d'origine.

Par ailleurs, nos deux enquêtes nous ont permis de souligner le rôle d'Internet auprès des immigrants interrogés. Ainsi, Internet permet de préserver un lien avec le pays d'origine grâce à la possibilité de converser à moindre coût - via Skype ou MSN -, de lire les journaux ou encore d'écouter la radio du pays d'origine. Parmi la totalité de nos répondants, la majorité d'entre eux reconnaît consulter la presse du monde arabe au moins une fois par semaine sur Internet. Ceci afin de se tenir informé de ce qui se passe au sein du pays d'origine mais aussi pour suivre les événements liés à la situation au Proche-Orient. Dès lors, nous constatons qu'une portion de ceux qui ne peuvent pas ou ne veulent pas s'offrir d'antenne satellite se portent vers Internet pour prendre l'information du pays d'origine à sa source ou encore pour se divertir dans la langue maternelle. Par contre, en ce qui a trait à l'écoute de la radio du pays d'origine, nous avons pu constater son faible succès auprès de la majorité de nos répondants.

De plus, il ressort de nos enquêtes que la majorité de ceux qui refusent d'acquérir la parabole explique cela par une volonté de s'intégrer à la société d'accueil. L'acquisition de la parabole serait donc perçue par de nombreux réfractaires comme un frein à leur adaptation à la société québécoise. Ces immigrants sont conscients que les médias, notamment la télévision, joue un rôle important dans leur intégration. En s'ouvrant davantage aux médias du pays d'accueil, ils

pensent ainsi faciliter leur connaissance de la société, de la politique, des mœurs, des us et coutumes, et de la culture québécoise. Le retour aux médias du pays d'origine s'apparente donc davantage à un besoin de ressourcement, ou encore à un moyen de pallier la nostalgie. Il s'agit aussi d'avoir des informations sur son pays d'origine ou sur la situation dans le monde arabe qui, selon la majorité de nos répondants, ne sont que très peu - voire pas du tout - traitées par les médias québécois. En somme, selon nous, le mode de consommation des médias du pays d'accueil serait, essentiellement, caractérisé par un usage cognitif (prendre connaissance des subtilités du fonctionnement culturel et interpersonnel de la société d'accueil telles que révélées par les médias), et celui des médias de la culture ou du pays d'origine par un usage, à la fois, affectif et cognitif (obtenir des nouvelles de son pays d'origine et renouer avec la vie du pays d'origine). Dans le cadre de notre recherche, il ressort que les immigrants nord-africains à Montréal ont le désir de s'intégrer tout en préservant leurs valeurs et les médias arabes contribueraient donc à préserver certaines d'entre elles. La forte consommation des chaînes de télévisions arabes durant le mois de ramadan, spécifiquement, en témoigne.

Ces immigrants que nous avons questionnés ne cherchent donc pas, dans leur majorité, à fuir les médias du pays d'accueil. S'ils se tournent vers les médias de la culture d'origine, c'est avant tout pour s'y retrouver, se ressourcer, ou encore pour prendre l'information à sa source. Nous avons pu comprendre que la consommation des médias par nos répondants peut se faire en français, en anglais, en arabe, ou en berbère. Selon nous, le choix de tel ou tel média ne dépendrait donc pas du facteur « langue ». En réalité, nous pensons que la consommation des produits médiatiques s'inscrit davantage dans des parcours de vie, une existence, une histoire, des valeurs, une croyance, une expérience, une culture qui viennent rythmer le quotidien de ces individus. Il s'agit là de facteurs déterminants dans la relation des immigrants avec les médias. Comme le précise Ravault (1998), c'est grâce à son bagage psycho-socio-culturel que le récepteur va être en mesure de sélectionner les contenus informationnels et de construire le sens du message en fonction des normes, des valeurs, des croyances, et en un mot, de la culture de son propre groupe de référence. Selon nous, l'immigrant évalue donc la situation communicationnelle à partir de sa propre perception de sa situation au Québec, ses propres intentions, ses propres besoins ainsi que de sa propre expérience d'immigration. En

ce sens, la consommation des médias du pays d'origine est donc fonction du nombre d'années passées au Québec et, surtout, de la perception que ces individus ont de leur propre situation dans la société d'accueil relativement à l'image qu'ils se faisaient d'elle avant de s'y installer.

e) Qualitatif et quantitatif : complémentarité de deux méthodes

Comme l'écrit Francis Balle (1984), le chercheur dispose d'un arsenal varié d'instruments d'observation et précise qu'il n'existe pas de correspondance absolue entre un certain type d'interrogation et un instrument particulier d'observation. Il s'agit donc de constater que « les instruments n'éclairent pas tous la réalité de la même façon ». Ainsi, les résultats obtenus par diverses méthodes vont permettre des confrontations mais, surtout, des vérifications. Comme l'écrit Balle (1984 :502), « le questionnaire standardisé n'a pas le monopole de la rigueur, pas plus que la discussion de groupe et la présence d'un enquêteur n'ont celui de la qualité des réponses : les techniques n'ont ni les mêmes défauts, ni les mêmes vertus ».

Toutefois, chacune de ces méthodes s'articule autour d'objectifs particuliers. Les méthodes quantitatives permettent de mesurer des volumes d'écoute, d'établir des typologies de comportements avec les pourcentages de ceux qui les adoptent, et d'exprimer de façon chiffrée les niveaux de satisfaction à propos des différentes catégories de programmes. En revanche, la méthode qualitative permet d'évaluer et de sonder les opinions des répondants. Pour Francis Balle, la complémentarité de ces deux méthodes est « évidente lorsqu'il s'agit de mesurer ou d'évaluer l'ensemble des comportements, des attitudes ou des satisfactions générales d'une vaste population de lecteurs, d'auditeurs ou de téléspectateurs » (Balle, 1984 :17). Il s'agit donc d'utiliser, de façons optimale et complémentaire, ces deux méthodes en essayant de tirer le meilleur parti possible de chacune d'entre elles et d'avoir une meilleure connaissance des publics. C'est ce que nous pensons avoir accompli. Au regard de nos résultats, il apparaît que nos deux études arrivent, plus ou moins, aux mêmes conclusions et ont donc réussi à se compléter. Nous pensons que la combinaison de deux types de collecte de données pour notre recherche a permis d'illustrer l'émergence des antennes paraboliques dans le contexte montréalais, et surtout d'en préciser les tenants et aboutissants.

En somme, l'intérêt de l'enquête quantitative réside dans sa capacité à avoir établi des statistiques et précisé la consommation médiatique de nos répondants (langue de consommation, acquisition du câble ou de la parabole, usage d'Internet). Ainsi, même si cette enquête par questionnaire a quelque peu effacé notre relation avec les répondants, il n'en demeure pas moins qu'elle a réussi à apporter un supplément d'informations. L'enquête ethnographique a, quant à elle, le mérite d'avoir établi des liens entre le vécu de nos répondants et la perception qu'ils ont des médias. En ce sens, elle a permis de souligner la dimension de la perception identitaire, de la relation d'immigrants avec leur pays d'origine et la société d'accueil, ainsi que les liens existant entre leur expérience migratoire, leur vécu, et leur consommation médiatique. De plus, à travers les résultats de cette enquête qualitative, nous avons pu mettre en évidence deux degrés de réception active des médias qui viennent s'apparenter aux phases d'adaptation de l'immigrant à la société d'accueil. Dans un premier temps, l'immigrant tente de connaître la société, et les médias du pays d'accueil contribueront à cette connaissance. Dans un second temps, l'immigrant qui a découvert et surtout compris les mécanismes de la société va tenter de mettre de l'avant sa propre culture. Il tentera de préserver sa culture d'origine et, selon nous, les médias transnationaux constitueront un terrain privilégié. À travers sa connaissance de la société québécoise et sa capacité d'être critique, il consommera les médias de la culture d'origine avec un regard neuf, celui de l'immigrant. Ainsi, dans l'évaluation des nouvelles réalités culturelles de la société d'origine, il fera référence à la culture du pays d'accueil. Et, dans sa perception de la société québécoise, il fera appel à sa culture d'origine. Dès lors, il entretiendra avec sa terre d'origine une relation symbolique et verra ses rapports au pays d'accueil se transformer avec les années.

Nous avons pu constater que les références culturelles, religieuses et identitaires dont sont porteurs ces immigrants permettent d'établir un esprit critique dans leur perception des médias arabes et québécois. Par leur capacité critique, nos répondants nous ont montré qu'en fonction de leur vécu, leurs intérêts, et leurs préoccupations, ils possèdent la capacité de déterminer les contenus qu'ils ont à consommer. Que ce soit donc dans la sélection ou la lecture qu'ils vont faire des produits médiatiques, ces immigrants permettent, à travers leurs pratiques, de soutenir l'activité du récepteur et de comprendre que la réception des médias est

fonction de l'histoire et du bagage psycho-socio-culturel dont ils sont porteurs. La méthode qualitative nous a permis de souligner une distinction entre deux degrés de réceptivité, et nous a paru incontournable pour préciser cette relation entre la phase d'intégration des immigrants et la perception qu'ils ont des médias. Les trajectoires migratoires, les pays d'émigration, la langue sont autant d'éléments qui montrent que chacun possède sa propre stratégie d'intégration. Au regard de nos résultats, nous pouvons souligner que ces immigrants, dans leur majorité, revendiquent plusieurs appartenances à la société d'accueil, restent liés à leur pays d'origine, et, finalement, invitent à une redéfinition de l'État-nation.

Dans notre recherche, nous avons voulu préciser la place des médias arabes par des immigrants relativement à leurs motivations de départs, leurs relations au pays d'origine et à la société d'accueil, leurs transformations identitaires et sociales, leurs problèmes d'intégration, les obstacles qu'ils ont rencontrés, leur relation aux médias. Après analyse de nos résultats, nous pensons que l'étude du phénomène migratoire ne peut être appréhendée par l'application unique de la méthodologie quantitative. En effet, les domaines de la relation des médias et de l'immigration restent peu étudiés et nécessitent, par conséquent, l'utilisation conjointe de plusieurs méthodes complémentaires de collecte de données. Nous pensons que notre étude quantitative a donc permis de répondre à une carence de données sur le sujet car comme nous l'avons souligné, au Québec, aucune étude spécifique n'a été, à notre connaissance, réalisée sur la place des médias transnationaux auprès des immigrants. En d'autres termes, cette enquête quantitative se voulait utile voire nécessaire.

Enfin, une des différences majeures concernant la pertinence de nos deux enquêtes repose sur la place de l'observateur dans la réalisation de cette recherche. Notre étude qualitative, contrairement à l'approche quantitative, nous a permis d'occuper une place centrale et non négligeable dans le processus de recherche. Notre subjectivité, liée à notre parcours, notre expérience de vie, notre appartenance ethnique et culturelle, représentent une ressource fondamentale du processus de développement de la connaissance. L'approche qualitative nous a permis d'aller en profondeur dans l'expérience des personnes interrogées, de partager des émotions, et traduire bien plus que de simples croix sur un questionnaire. Nous pensons qu'il s'agit là d'une des caractéristiques et force de notre recherche et qu'elle nous a permis

de dépasser le simple cadre des questions communicationnelles ou migratoires. En somme, les méthodologies employées ont permis de dépasser les statistiques sur les questions liées aux questions migratoires, et ont souligné les liens existant entre des parcours migratoires, des histoires de vies, et des habitudes de consommation médiatique.

CONCLUSION

Au fil des études menées sur la question de la représentation des immigrants dans les médias canadiens et québécois, la plupart des chercheurs s'accordent sur le fait que les immigrants y sont sous-représentés et que l'image que l'on y projette est bien souvent stéréotypée voire négative. Cette invisibilité des communautés culturelles dans les médias québécois ne peut demeurer sans incidence sur des récepteurs actifs. En mesure d'aiguiser leur esprit critique, ces derniers peuvent s'appropriier ou rejeter les contenus émis par la télévision, la presse ou la radio, et ont donc la faculté de se tourner vers des médias davantage enclins à les représenter adéquatement.

Dans cet esprit, des études ont pu constater que les communautés culturelles du Québec ont tendance à désertir les médias francophones pour rejoindre les médias anglophones. Dès lors, nous nous sommes demandée si ce constat s'applique aussi à des immigrants majoritairement francophones tels que les Algériens, Marocains, et Tunisiens qui ont désormais la possibilité de recevoir les médias de leurs pays d'origine grâce à une antenne satellite ou à Internet. Nous avons alors avancé l'hypothèse que les Maghrébins délaissaient les médias québécois au profit des médias arabes.

Si l'on se souvient que l'appropriation des paraboles par les populations immigrantes de France et d'Allemagne a soulevé de vives controverses, au Québec, en revanche, leur apparition est passée quasi inaperçue. Pourtant, même si les paraboles n'ont pas fleuri sur tous les toits et balcons des immeubles montréalais, il n'en demeure pas moins que les immigrants provenant du Maghreb et du Moyen-Orient y ont trouvé un moyen de préserver un lien avec le pays et la culture d'origine. En effet, à l'image du cordon ombilical, la parabole et Internet permettent désormais à ces populations de demeurer liées à la mère patrie.

Dès lors, nous nous sommes questionnée sur la place de ces médias auprès des immigrants maghrébins installés à Montréal. Nous avons émis l'hypothèse que ces médias diasporiques ne ghettoïsaient pas ces immigrants mais permettaient plutôt la naissance de cultures hybrides et entraînaient, par là même, des transformations identitaires.

Pour mener notre recherche, nous avons bâti notre cadre théorique autour des travaux sur la réception, des études culturelles, et de l'anthropologie. En nous appuyant sur le concept de la réception active dont l'une des principales caractéristiques repose sur le pouvoir décisionnel des récepteurs dans l'événement communicationnel, nous avons pu souligner la capacité des immigrants à choisir leurs contenus médiatiques. L'intérêt de la théorie de la réception active repose sur sa capacité de tenir compte du contexte psycho-socio-culturel dans lequel se réalise la communication. En tenant compte du milieu socioculturel des récepteurs, cette théorie s'intéresse donc davantage aux récepteurs, et à la façon dont ils décodent le message, qu'aux émetteurs. En reconnaissant cette créativité et activité des récepteurs, nous avons pu comprendre le processus de réception des contenus des médias ainsi que la création du sens. Nous avons alors tenu à préciser de quelle manière la propre expérience de vie, le milieu socioculturel des immigrants intervenaient dans le décodage des messages reçus. En prenant en compte la capacité de ces immigrants à être des récepteurs actifs ayant accès à divers médias, nous avons voulu tenter de comprendre quelle place occupent ces produits communicationnels de la culture d'origine dans le processus de sélection des médias par les récepteurs. Pour ce faire, il s'agissait de définir le processus de décodage qu'effectuent ces récepteurs au regard des conceptions théoriques de la réception des produits médiatiques. Nous avons postulé l'existence de deux degrés de réception active de la part de ces immigrants. En ce qui a trait au premier degré, nous nous sommes appuyée sur la métaphore de l'« espionnage par empathie », énoncée par Ravault, pour préciser la manière dont les immigrants, nouvellement arrivés, utilisent les médias locaux (québécois et canadiens) pour comprendre le fonctionnement de leur pays d'adoption en fonction de leur propre culture, et de leurs valeurs. Le second degré s'inscrit au cours d'une seconde phase, durant laquelle ces immigrants, après avoir compris les divers mécanismes de leur pays d'adoption, retourneront aux médias du pays ou de la culture d'origine. Les références culturelles, religieuses et identitaires dont sont porteurs ces immigrants leur permettent ainsi d'établir une lecture

critique de ces produits médiatiques nationaux et transnationaux. En établissant ces degrés de réception, nous avons pu comprendre que la réception que nos répondants font des médias est fonction de l'instant, mais aussi de l'histoire et du bagage psycho-socio-culturel dont ils sont porteurs. Nous avons aussi pu constater que de par leur capacité critique, et en fonction de leur vécu, leurs intérêts, et leurs préoccupations, ces immigrants vont posséder la capacité de déterminer les contenus qu'ils vont consommer. En fait, ils vont évaluer leur situation communicationnelle en fonction, comme l'exprime si bien Lee Thayer (1968), de leur propre perception de la situation, leurs propres intentions, et leurs propres besoins. Les individus ne sont pas des récepteurs passifs et ne se laissent donc pas influencer par les divers médias auxquels ils ont accès. En ce sens, ils ont la capacité de forger leur propre opinion sur des événements qui les concernent directement.

Par ailleurs, afin de mettre en lumière la capacité des récepteurs à décoder l'information en fonction de leur bagage culturel, nous nous sommes appuyée sur les travaux des Cultural Studies. Le thème de la consommation des médias en tant que lieu de production culturelle active ayant acquis une place centrale dans les études culturelles menées par l'école de Birmingham, nous avons pu, à travers les travaux de Stuart Hall, Ien Ang, ou encore David Morley, décrire et interpréter les pratiques médiatiques des individus dans leur contexte culturel et, par là même, orienter notre recherche sur le terrain.

Puis, afin de souligner le rôle de la mondialisation des échanges dans les divers brassages identitaires, l'émergence de publiques diasporiques, et la redéfinition de l'État-nation, nous nous sommes appuyés sur les travaux de l'anthropologie. Nous avons ainsi pu amorcer une définition des publics diasporiques et appréhender, à travers diverses recherches menées sur cette question à travers le monde, la relation entretenue par les médias et l'immigration.

Enfin, en nous basant sur les travaux articulés autour de l'« ethnographie des audiences », nous avons pu préciser nos instruments de recherche. En ce sens, nous avons choisi de mener une recherche de type ethnographique reposant sur des entrevues auprès d'immigrants provenant du Maghreb, et installés au Québec depuis au moins trois ans. Dans la genèse de notre recherche, nous souhaitons compléter ces entrevues par de l'observation participante

au sein de familles algériennes, marocaines, et tunisiennes. Très vite, nous nous sommes rendue à l'évidence que ces observations seraient impossibles à réaliser. La plupart des personnes auxquelles nous nous étions présentée nous ont en effet confiée à demi-mots qu'elles accepteraient de parler mais non d'être observées ou, de façon plus allégorique, d'ouvrir leurs cœurs mais pas les portes de leurs foyers.

Dès lors, nous avons choisi d'articuler notre recherche autour d'entretiens semi-dirigés uniquement. Cet épisode relate notre première difficulté sur le terrain. Nous disons « première » car il y en eut d'autres. En fait, contre toute attente, la coopération de ces immigrants à notre recherche n'a pas été évidente. Nous avons alors compris qu'appartenir à une communauté et « étudier » cette même communauté sont deux éléments qui ne se rencontrent pas forcément. En somme, sans pour autant faire d'observation participante, nous avons réalisé des entretiens semi-dirigés en profondeur auprès de seize immigrants maghrébins. L'analyse thématique de leurs discours nous a ainsi permis de mettre en perspectives des éléments proéminents relatifs à la relation des immigrants maghrébins avec, à la fois, le pays d'origine et la société d'accueil.

Dans un second temps, même si notre recherche s'inscrit dans le paradigme de la complexité, nous avons élaboré une enquête par questionnaire commandée par le Centre d'études sur les médias de l'université Laval. Celle-ci nous a permis de quantifier la consommation des médias arabes, québécois, et canadiens par les Maghrébins de Montréal. Elle a permis de mettre en lumière, à travers notre échantillon, les raisons qui poussent à l'acquisition des antennes satellite, les causes de son inacceptation dans certains foyers ou encore la langue dans laquelle ces individus consomment les médias. Cette étude quantitative implique ainsi plus d'une centaine de répondants. Afin d'atteindre le plus d'individus possible, cent-cinquante questionnaires ont été distribués au sein de commerces fréquentés par la communauté dans les quartiers de Saint-Michel et de Côte-des-Neiges, de familles, de centres communautaires et culturels ainsi que d'associations musulmanes à Montréal. Non sans difficulté, cent vingt-six questionnaires nous ont été retournés. Avec cet échantillon relativement modeste, malgré le taux élevé de retour de questionnaire, notre recherche ne

peut prétendre à l'exhaustivité mais peut témoigner d'une approximation quantitative satisfaisante puisqu'il traduit dans l'ensemble les traits sociologiques de cette communauté.

En analysant les résultats de nos enquêtes, nous avons pu constater que la réception des médias de la culture ou du pays d'origine varie en fonction du sexe, de la génération, du nombre d'années passées au Québec, et du lien entretenu avec la société d'accueil et le pays d'origine. En somme, ces médias diasporiques captivent un public bien précis et viennent répondre à un besoin d'affirmation identitaire et de ressourcement permettant de relier les immigrants à leur pays d'origine. Plusieurs politiciens d'Allemagne et de France ont souligné le danger de ces médias à ghettoïser les immigrants ou encore à freiner leur intégration. Dès lors, nous avons tenu à vérifier ces affirmations auprès de nos répondants et leur avons demandé ce qu'ils entendaient par « intégration ». La grande majorité de nos répondants nous a expliqué que l'intégration passe par l'obtention d'un emploi à la hauteur de ses compétences. En fonction de la définition qu'ils avaient de l'intégration et, surtout, de leur propre intégration, nous avons tenté d'établir un lien entre cette définition et leur consommation médiatique. Nous avons alors pu constater que la plupart des immigrants qui se trouvaient « non-intégrés » parce qu'ils ne trouvaient pas de travail étaient les plus enclins à se tourner vers les médias de la culture ou du pays d'origine pour y trouver refuge, ou encore se sentir « chez soi ». À travers l'analyse de notre enquête ethnographique, nous avons pu avancer l'idée que le frein à l'intégration de ces immigrants ne reposait donc pas sur la réception des médias de la culture d'origine mais sur les conditions concrètes d'insertion sociale et économique au niveau local, reposant pour l'essentiel sur l'obtention d'un emploi. Tel le serpent qui se mord la queue, l'immigrant se trouve donc pris dans une position complexe voire ambiguë. Plus précisément, il souhaite s'intégrer mais ne trouve pas de travail. Et, puisqu'il ne trouve pas de travail, il se sent exclu de la société d'accueil, et se tourne alors vers sa culture d'origine via les médias reçus par satellite ou Internet.

En partant de ce qui pouvait s'apparenter à une simple anecdote, nous avons ainsi pu appréhender le milieu immigrant nord-africain à Montréal. En nous questionnant sur l'avènement des médias arabes par satellite au sein des foyers maghrébins à Montréal, nous avons ainsi pu concevoir l'univers médiatique de cette population ainsi que sa place au sein

de la société québécoise. Notre hypothèse de départ avançait l'idée qu'en raison de leur manque de visibilité dans les médias québécois, les immigrants maghrébins à Montréal se portaient davantage vers les médias arabophones que francophones. À la lumière de nos résultats, nous constatons que ce n'est donc pas parce que les programmes et les journaux arabes sont rendus accessibles grâce aux satellites ou à Internet que les immigrants ne consomment que cela. Toutefois, il est nécessaire de préciser que l'idée que nous avions de la relation des immigrants maghrébins avec les médias anglophones a été confirmée. Les Maghrébins installés au Québec sont majoritairement francophones et ne sont donc pas attirés par les médias anglophones.

En nous attachant à cette première lecture de nos résultats de recherche nous pourrions conclure que les médias arabes ne présentent pas le risque de ghettoïser ces immigrants maghrébins installés au Québec. Ces derniers sont certes attachés à leurs valeurs ainsi qu'à leur culture d'origine mais caressent néanmoins le désir de s'intégrer à la société d'accueil. S'ils consomment les médias en langue arabe, ils ne le font pas de manière considérable. Certes, ils y sont attachés. Ils écoutent la radio du pays d'origine, lisent des journaux du Maghreb et du Moyen-Orient, regardent la télévision en arabe, mais se sentent tout aussi concernés par les médias de la société d'accueil. En ce sens, nous pouvons constater leur volonté ainsi que leur capacité à mettre en place un espace dans lequel se mêlent local et global, un genre de « sphère hybride » les reliant à leurs communautés d'origine tout en leur permettant de s'insérer dans la société d'accueil.

Toutefois, il nous semble que les faits sont plus étendus que ce qui émane de ce premier constat. Les résultats de nos études soulèvent l'idée que les médias du pays d'origine engendrent des transformations identitaires. Au cours de notre enquête ethnographique, nous avons pu constater la manière dont nos répondants décrivent et vivent leurs expériences d'immigration au Québec. Leurs discours nous ont révélé de quelle manière leurs raisonnements pratiques découlent de leurs actions quotidiennes. L'immigrant accuse une situation d'interaction avec la société d'accueil ainsi que le sentiment d'être partagé entre deux cultures. Ce tiraillement permet ainsi l'éclosion d'un troisième palier culturel. Dans la perspective de la réception active, nous nous sommes interrogée sur les sens et les

significations qui découlent de la réception des médias du pays d'origine mais aussi ceux du pays d'accueil. Nous avons pu constater deux postures. Elles ont trait à la satisfaction tirée des médias ainsi qu'aux besoins des récepteurs. La première réfère à l'information, la connaissance et la compréhension de la société d'accueil et repose sur un usage cognitif. La seconde fait référence au caractère esthétique, au plaisir et à l'émotion retrouvés dans les médias arabes et se fonde sur un usage affectif. De cette façon, les nouvelles formes de délimitation des espaces et des frontières qu'induisent ces technologies, mais aussi les implications sur les vécus sociaux et les représentations identitaires des individus prennent tout leur sens. Elles permettent de souligner l'importance des liens d'appartenance multiples auxquels recourent les individus dans leur relation aux médias et aux technologies de communication.

Si de nombreux auteurs s'accordent sur le fait que les immigrants subissent un tiraillement identitaire, il est à noter que les médias représentent pour les populations en mouvement une source non négligeable d'images, et d'informations concernant leurs pays d'origine et d'adoption. Nous pensons donc que la réception des médias locaux ou globaux dépend de l'expérience vécue au sein du pays d'accueil mais aussi dans le pays d'origine. En ce sens, nous avons pu constater que certains individus, déçus de leur situation au Québec, vont se tourner vers les médias du pays d'origine essentiellement. Mais nous avons aussi pu comprendre que d'autres, amers face à ce qu'ils ont vécu dans leur pays d'origine, avant de s'installer au Québec, vont se distancer des médias du pays d'origine. Nous pouvons donc souligner que les conditions de vie, précédant et suivant le projet migratoire, vont conditionner de manière considérable leur intégration dans la société d'accueil et, par là même, leur consommation médiatique. À travers leurs habitudes, croyances, attitudes, valeurs, et besoins, et après avoir appréhendé de façon critique et pratique les informations sur la société d'accueil, les immigrants se tourneront vers leur pays d'origine par le biais des médias transnationaux sur lesquels ils posent un regard neuf et critique. Le produit médiatique est ainsi réinterprété en fonction d'une culture « bricolée » et « métissée » composée de la *Gemeinschaft* (culture organique de la société d'origine) et de la *Gesellschaft* (culture contractuelle de la société d'accueil). Les médias de la société d'accueil et ceux de la culture d'origine sont donc perçus à travers le regard de l'immigrant qui n'est plus tout à fait

celui qu'il était en quittant son pays, ni tout à fait comparable à l'un de ses futurs concitoyens de la terre d'accueil. La capacité des immigrants à intégrer, dans un même système, des éléments empruntés à des cultures supposées fort éloignées et à faire coexister de façon cohérente des schémas culturels apparemment peu compatibles leur permet ainsi de construire, à partir d'éléments disparates et d'origines diverses, des cultures qui s'avèrent être d'authentiques créations.

Notre recherche, inscrite dans le paradigme de la complexité tel que promu par Edgar Morin, nous a permis d'établir un lien direct entre l'observatrice-immigrante que nous sommes avec nos répondants-immigrants. Durant ces entrevues, nos répondants nous ont décrit leurs parcours migratoires ainsi que leurs expériences de vie au Québec. La plupart d'entre eux sont venus « au Canada » dans le but d'y trouver une meilleure qualité de vie ainsi qu'une certaine stabilité. « Le rêve américain en français » a donc conduit ces immigrants et leurs familles à s'installer au Québec et à s'y intégrer. Ceci en tentant d'harmoniser leurs cultures d'origine - généralement imprégnées des valeurs de l'Islam - à celle du pays d'accueil. Majoritairement attachés à leur culture d'origine, les Maghrébins oscillent néanmoins entre les valeurs dont ils sont imprégnés et celles de la société d'accueil. Un mariage subtil de cultures qui vient donner naissance à une troisième culture, hybride et syncrétique, située entre la culture du pays d'origine et celle de la société d'accueil. Car même si la majorité de nos répondants attache de l'importance à s'intégrer à la société québécoise, on constate néanmoins leur sentiment d'être *en-dehors* de la société. La représentation de cette population dans les médias du pays d'accueil, son taux de chômage anormalement élevé sont autant de facteurs qui laissent croire que longue sera la route avant d'aboutir à une « intégration réussie ». Mais on le sait déjà, s'intégrer à une société nécessite du temps et nous avons pu constater, à cet effet, que parmi nos répondants, ceux qui affirment avoir réussi leur intégration sont ceux qui résident au Québec depuis au moins quinze ans, soit au moins depuis une génération.

À notre connaissance, cette recherche constitue le premier travail de recherche académique où la réception active, les études culturelles, et l'anthropologie s'appliquent à une enquête ethnographique conjuguée à une enquête par questionnaire pour traiter d'un phénomène

comme celui de la réception des médias transnationaux au sein de familles immigrantes. La conjugaison de méthodologies nous a permis de dépasser le cadre de la simple réception par les immigrants voués à être de simples victimes amenées à se ghettoïser. Elle a aussi permis de souligner la relation qui existe entre la réception des médias par les immigrants avec leur propre identité et leurs parcours de vie. Il appert ainsi que cette recherche ouvre des voies à de futurs travaux sur la relation entretenue par les médias et l'immigration ainsi que sur la question de l'intégration des immigrants. Elle interroge aussi diverses carences de la société québécoise et permettent de mettre en exergue l'éclosion de nouvelles cultures où se mêlent l'« ici » et l'« ailleurs ». Selon nous, cette recherche interpelle à bien des égards et soulève des questions pertinentes relatives aux frontières des États-nations.

En cette ère de mondialisation, où les flux migratoires sont tout aussi importants que les flux des échanges, il est donc fondamental de s'arrêter sur ces questions de diasporas et de changements auprès de toutes les communautés et pas seulement les Maghrébins. En ce sens, il faudrait élargir ces recherches à d'autres communautés installées au Québec, territoire multiculturel par excellence. Car comme nous l'avons souligné en préambule, les immigrants, quelle que soit leur provenance, peuvent vouloir garder contact avec leur pays et leur culture d'origine. Durant notre recherche, nous avons pu constater que les arabophones ne sont pas les seuls immigrants montréalais à retourner à la source via Internet ou grâce au câble ou à l'antenne satellite. En ce sens, il serait intéressant de vérifier cette question auprès d'autres populations immigrantes. Car que dire d'un immigrant français qui ne regarde que le journal de France 2 sur TV5, d'une immigrante venue du Mexique s'abreuvant essentiellement de *télénovelas* ou encore d'une immigrante russe qui a installé une parabole sur son balcon afin de recevoir les programmes de son pays d'origine ? Ces personnes existent et nous les avons rencontrées.

Nous l'avons vu, le visage du Québec est en train de se modifier à l'image des identités de nos répondants. Il appert donc utile, voire nécessaire, d'approcher ce terrain de plus près, comme cela a été le cas dans diverses recherches d'Europe ou des États-Unis. Plusieurs enquêtes y ont été menées pour mesurer l'impact et l'utilisation de ces médias. Nous constatons, avec regret, qu'au Québec ces recherches n'en sont qu'à leurs tous premiers

balbutiements. Il est donc important de mener une recherche plus approfondie sur le sujet qui toucherait tous les Maghrébins du Québec et qui ne se limiterait pas à Montréal. Une enquête avec davantage de moyens qui permettrait d'approfondir cette question et de toucher un plus grand nombre d'individus. De plus, il est, selon nous, nécessaire qu'au Québec, on se pose davantage les questions de l'identité des immigrants ainsi que de leur intégration. Ne serait-ce que pour éviter de réitérer certains problèmes liés à l'immigration, vécus en d'autres pays d'immigration.

Toutefois, comme le souligne si bien Charles Husband (1994), il est essentiel de continuer à poser la question de la représentation des populations issues de l'immigration par les médias des pays d'accueil, et aussi de se concentrer sur la situation des minorités ethniques en tant qu'« agents actifs de la production médiatique ». L'auteur nous interpelle ainsi contre l'idée de célébrer les audiences actives sur fond d'écrits vantant les cultures de résistance des diasporas. Ceci risquerait de générer une vision, somme toute trop optimiste, des politiques médiatiques des sociétés multiculturelles.

APPENDICE A- LES CHAINES DE TÉLÉVISION PANARABES

Tableau A.1
Les chaînes nationales publiques et privées arabes sur satellite

Pays arabes (membres de l'ASBU)	Chaînes nationales arabes
Algérie	<i>Canal Algérie, Algerian third channel.</i>
Arabie Saoudite	<i>Saudi Channel 1, Saudi Channel 2, Al-Majd Channel, Al-Ikhbariya, Sport Channel</i>
Bahreïn	<i>Bahreïn TV</i>
Djibouti	<i>RTD (Radio Télévision de Djibouti)</i>
Egypte	<i>ESC1, ESC2, Nile TV International, Nile Drama, bouquet Nilesat, chaînes éducatives. Dream TV</i>
Émirats arabes unis	<i>Abu Dhabi TV, Abu-Dhabi Business Channel, Sharjah Satellite Channel, Ajman Satellite TV, EDTV Doubaï, EDTV Drama, EDTV Sport, EDTV Business news</i>
Irak	<i>Irak satellite Channel, Al-Sharqiya, etc.</i>
Jordanie	<i>Jordan Satellite Channel (JSC), Sport Channel 2, Movie Channel 3</i>
Koweït	<i>Koweït Tv, Koweïti Sapace Network</i>
Liban	<i>Lebaneses Broadcasting Corporation (LBC Amérique, LBC Australie, LBC Europe), Futur TV, Télé Liban, AL-Manar, NTV, NBN, Zen TV, NourSat</i>
Libye	<i>Jamahiriyya Satellite Channel</i>
Maroc	<i>TVM, 2M</i>
Mauritanie	<i>Télévision de Mauritanie.</i>
Oman	<i>Oman TV</i>
Palestine	<i>Palestinian Satellite Channel</i>
Qatar	<i>Al Jazeera Satellite TV, Qatar TV</i>
Soudan	<i>Sudan TV</i>
Syrie	<i>Syria Satellite Channel</i>
Tunisie	<i>TV7 Tunisie, Hannibal TV</i>
Yémen	<i>Yemen TV</i>

Source : Guaaybess, Tourya (2005).

APPENDICE B - QUESTIONNAIRE

Dans le cadre de notre thèse de Doctorat en Communication réalisée à l'UQÀM, nous menons une recherche sur la « réception des médias transnationaux par satellite au sein des familles maghrébines à Montréal ». Notre dessein étant de discerner la place des médias en général, et de la télévision par satellite (parabole) au sein de foyers nord-africains au Québec, en particulier, nous faisons appel à votre contribution. Nous vous garantissons la confidentialité de ces réponses qui ne seront utilisées qu'à des fins scientifiques.

Vos réponses sont précieuses et nous permettront de mener à bien cette recherche. Nous vous remercions de bien vouloir prendre le temps de répondre à ces questions.

A. PARCOURS MIGRATOIRE

1. Êtes-vous

- ☐ Homme ☐ Femme

2. À laquelle de ces catégories d'âge appartenez-vous?

- ☐ Entre 12 et 18 ans
☐ Entre 19 et 25 ans
☐ Entre 26 et 35 ans
☐ Entre 36 et 48 ans
☐ Entre 49 et 60 ans
☐ Entre 60 et plus

3. De quel pays provenez-vous?

- ☐ Algérie
☐ Maroc
☐ Tunisie

4. Depuis combien de temps êtes-vous installé au Canada?

- ☐ Moins de 2 ans
☐ Entre 2 et 5 ans
☐ Entre 5 et 10 ans
☐ 10 ans et plus

5. Avant de vous établir au Canada, avez-vous vécu dans un autre pays que votre pays d'origine?

- ☐ Oui
☐ Non

6. Si vous avez répondu oui, dans quel(s) pays avez-vous vécu (si plus d'un pays commencez par le plus récent) ?

.....

7. À quelle catégorie d'immigrants appartenez-vous?

- ☐ Investisseur
☐ Indépendant
☐ Parrainage
☐ Autre

8. Raisons de l'immigration (plusieurs réponses possibles, classez-les par ordre d'importance)

- ☐ J'ai quitté mon pays pour changer mon mode de vie
☐ J'ai quitté mon pays pour des raisons économiques /politiques
☐ Je voulais découvrir un autre pays
☐ J'ai été attiré par la politique canadienne
☐ J'ai été attiré par le système éducatif
☐ J'ai été conseillé par les compatriotes demeurant au Québec
☐ Je souhaitais un meilleur avenir pour mes enfants
☐ Autre raison, précisez

9. Êtes-vous retourné dans votre pays d'origine depuis que vous résidez au Québec?

- ☐ Oui (Si oui, répondre aux questions 10 et 11, puis passer à la question 12)
☐ Non (Si non, passer immédiatement à la question 12)

10. Combien de fois y êtes-vous retourné?

- ☐ Une fois
☐ Deux fois
☐ Trois fois
☐ Entre cinq et neuf fois
☐ Dix fois et plus

11. Le plus souvent, pourquoi y êtes-vous retourné?

- ☐ Raisons familiales
- ☐ Nostalgie
- ☐ Projet de retour
- ☐ Ressourcement
- ☐ Autre, précisez.....

12. Êtes-vous définitivement établi au Québec?

- ☐ Oui
- ☐ Non

13. Quelle langue utilisez-vous fréquemment?

- ☐ Français
- ☐ Anglais
- ☐ Arabe
- ☐ Berbère

14. Quelle langue parlez-vous en famille?

- ☐ Français
- ☐ Anglais
- ☐ Arabe
- ☐ Berbère

B. STATUT OCCUPATIONNEL**1. Quel est votre statut?**

- ☐ Je suis à mon propre compte
- ☐ Je suis employé
- ☐ Je ne travaille pas pour le moment
- ☐ Je suis étudiant
- ☐ Autre, précisez.....

2. Dans quel domaine travaillez-vous?

- ☐ Commerce
- ☐ Administration
- ☐ Éducation
- ☐ Communication
- ☐ Petite enfance
- ☐ Industrie
- ☐ Transports
- ☐ Ingéniorat

- ☐ Santé
- ☐ Autre, précisez.....

3. Avez-vous éprouvé des difficultés à trouver un emploi?

- ☐ Oui (si vous avez répondu oui, veuillez passer à la question suivante)
- ☐ Non (si non, passez immédiatement à la question 5)

4. Quelles ont été ces difficultés?

- ☐ Difficultés avec les langues
- ☐ Diplôme du pays d'origine non reconnu
- ☐ Problèmes interpersonnels
- ☐ Manque d'expérience professionnelle québécoise
- ☐ Autre, précisez.....

5. Si je compare ma situation professionnelle ici au Québec avec celle que j'avais dans mon pays d'origine, je dirais que :

- ☐ J'en suis satisfait
- ☐ J'en suis extrêmement satisfait
- ☐ J'en suis insatisfait
- ☐ Il y a une grande différence entre les deux
- ☐ Je n'ai pas d'autre choix que d'accepter cette situation
- ☐ Je ne suis pas satisfait mais je tente d'améliorer ma situation
- ☐ Autre

C. VIE DE FAMILLE

1. Êtes-vous marié?

- ☐ Oui
- ☐ Non

2. Avez-vous des enfants?

- ☐ Oui
- ☐ Non (Si non, passer directement à la question D.1)

3. Si oui, de quel(s) âge(s)?

.....

4. Quelle langue leur parlez-vous?

- ☐ Français
- ☐ Anglais
- ☐ Arabe
- ☐ Berbère

E. INTERACTIONS AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ D'ACCUEIL

1. Que pensez-vous de vos relations interpersonnelles au Québec?

- ☐ Je pense avoir plus de contacts avec les Canadiens que les Maghrébins
- ☐ Je pense avoir plus de contacts avec les Maghrébins que les Canadiens
- ☐ Je pense avoir autant de contacts avec les Maghrébins que les Canadiens
- ☐ Je n'ai de contacts qu'avec les Maghrébins
- ☐ Je n'ai de contacts ni avec les uns ni avec les autres

2. Que pensez-vous des gens des autres cultures (plusieurs réponses possibles)?

- ☐ Je pense qu'il existe du bon dans chaque culture
- ☐ J'ai tendance à évaluer les autres cultures en fonction des critères de ma propre culture
- ☐ Je pense que l'on doit respecter les différences culturelles
- ☐ Je n'éprouve aucun intérêt pour les autres cultures
- ☐ Les valeurs de ma culture d'origine sont plus riches que celles des autres cultures
- ☐ Autre, précisez

3. Vous sentez-vous rejeté par la société d'accueil?

- ☐ Oui (si vous avez répondu oui, veuillez passer à la question suivante)
- ☐ Non (si non, passez immédiatement à la question 5)

4. Comment expliquez-vous votre sentiment d'être rejeté par la société d'accueil (plusieurs réponses possibles) ?

- ☐ Parce que je suis une minorité visible (mon apparence)
- ☐ J'ai toujours le sentiment que ce pays n'est pas le mien
- ☐ Parce que j'ai des difficultés avec la langue
- ☐ Parce que je ne joue aucun rôle dans cette société
- ☐ Parce que j'ai vécu des expériences où j'ai souffert de discrimination
- ☐ J'ai des difficultés à établir des relations interpersonnelles avec la majorité des gens de cette société
- ☐ J'ai l'impression de vivre un sentiment d'infériorité
- ☐ J'ai des difficultés avec les valeurs de la société d'accueil (culture, us et coutumes)

5. Vous sentez-vous distant de votre communauté d'origine?

- ☐ Oui (si vous avez répondu oui, veuillez passer à la question suivante)
- ☐ Non (si non, passez immédiatement à la question E.1)

6. Comment expliquez-vous votre sentiment d'être distant de votre communauté d'origine?

- ☐ Parce qu'on me juge trop « intégré » à la société québécoise
- ☐ Parce que je me suis entièrement détaché des valeurs (religion, traditions, culture) de mon pays d'origine
- ☐ Parce que je ne joue aucun rôle au sein de la communauté d'origine
- ☐ Parce que j'ai choisi de prendre entièrement part à la vie de la société d'accueil
- ☐ Parce que j'ai des difficultés à établir des relations interpersonnelles avec la majorité des individus de ma communauté d'origine

F. INTERACTIONS AVEC LA SOCIÉTÉ D'ORIGINE

1. Restez-vous en contact avec votre pays d'origine?

- ☐ Oui (Si oui, répondre à la question suivante, puis passer à la question 3)
- ☐ Non (Si non, passer immédiatement à la question 3)

2. Comment maintenez-vous ce contact avec votre pays d'origine?

- ☐ Le téléphone
- ☐ Internet
- ☐ La presse
- ☐ La télévision
- ☐ Les associations
- ☐ La famille
- ☐ Autre

3. Ici, au Québec, dans quelle mesure vous semble-t-il important de participer à des activités organisées par votre communauté?

- ☐ Très important
- ☐ Important
- ☐ Peu important
- ☐ Pas du tout important

4. Dans quelle mesure vous semble-t-il important de pratiquer votre religion?

- ☐ Très important
- ☐ Important
- ☐ Peu important
- ☐ Pas du tout important

5. Votre pratique vous amène-t-elle à vous rendre à la mosquée?

- ☐ Très souvent
- ☐ Souvent
- ☐ De temps en temps
- ☐ Très rarement
- ☐ Jamais

G. CONSOMMATION MÉDIATIQUE

1. Vous intéressez-vous aux médias (radio, journaux, télévision) de la société canadienne?

- ☐ Oui
- ☐ Non

2. Que regardez-vous essentiellement?

- ☐ Les programmes francophones
- ☐ Les programmes anglophones

3. Dans les médias canadiens, vous sentez-vous représenté?

- ☐ Énormément
- ☐ Suffisamment
- ☐ Peu
- ☐ Pas du tout

4. Dans les médias québécois, vous sentez-vous représenté?

- ☐ Énormément
- ☐ Suffisamment
- ☐ Peu
- ☐ Pas du tout

5. Recevez-vous des programmes payants (câble)?

- ☐ Oui
- ☐ Non (Si non, passez directement à la question 9)
- ☐ Je compte m'y abonner prochainement

6. Depuis combien de temps?

- ☐ Depuis moins d'une année
- ☐ Entre un et trois ans
- ☐ Depuis trois ans et plus

7. Que regardez-vous le plus dans ces programmes? (Citez trois réponses par ordre du plus important au moins important)

- ☐ Les émissions de divertissements (jeux, variétés musicales, sport)
- ☐ Les bulletins d'information
- ☐ Les bulletins météorologiques
- ☐ Les magazines d'informations et les débats sur l'actualité économique et sociopolitiques
- ☐ Les émissions pour enfants
- ☐ Films, séries télévisées
- ☐ Émissions culturelles (littérature, histoire, arts)
- ☐ Publicités
- ☐ Autres, précisez

8. Avec quel degré d'intensité regardez-vous votre programme préféré?

- ☐ De manière quotidienne
- ☐ Deux ou trois fois par semaine
- ☐ Au moins une fois tous les 15 jours
- ☐ Au moins une fois par mois

9. Recevez-vous les chaînes de télévision arabes par satellite (la parabole)?

- ☐ Oui
- ☐ Non
- ☐ Je compte l'acheter prochainement

11. Si vous avez répondu oui à la question précédente, pourquoi avez-vous acheté une antenne satellite (plusieurs réponses possibles)?

- ☐ Les programmes télévisés au Canada sont inintéressants (manque de véritables débats)
- ☐ Les programmes télévisés au Canada ne se regardent pas en famille (contraires à certaines de nos valeurs)
- ☐ Cela nous permet de garder un lien avec notre pays d'origine
- ☐ Pour prendre l'information à sa source
- ☐ À cause de la médiocrité des programmes canadiens
- ☐ Je ne me sens pas représenté par la télévision canadienne
- ☐ Autre, précisez

12.. Que regardez-vous le plus dans les programmes arabophones? (Citez trois réponses par ordre du plus important au moins important)

- ☐ Les émissions de divertissements (jeux, variétés musicales, sport)
- ☐ Les bulletins d'information
- ☐ Les émissions religieuses
- ☐ Les magazines d'informations et les débats sur l'actualité économique et sociopolitiques
- ☐ Les émissions pour enfants
- ☐ Films, séries télévisées
- ☐ Émissions culturelles (littérature, histoire, arts)
- ☐ Publicités
- ☐ Autres, précisez

13. Y a-t-il des périodes où vous suivez davantage les programmes arabophones?

- ☐ Fêtes religieuses (ramadan, l'Aïd, etc.)
- ☐ Événements particuliers dans le pays d'origine
- ☐ Périodes de nostalgie
- ☐ Je suis toujours ces programmes avec la même fréquence

14. Quelles chaînes de télévision regardez-vous de moins en moins depuis au moins une année?

- ☐ Les chaînes francophones
- ☐ Les chaînes anglophones
- ☐ Les chaînes arabophones

15. Pour quelle(s) raison(s)?

- ☐ Qualité de programmes médiocres
- ☐ Programmes contraires à mes valeurs
- ☐ Sentiment de manque de crédibilité
- ☐ Ces produits communicationnels ne me semblent pas refléter fidèlement les valeurs et la culture de la société émettrice
- ☐ Raisons techniques ou financières (n'a pas les moyens de renouveler un abonnement)
- ☐ Autre, précisez

16. Quelle chaîne de télévision avez-vous regardé hier soir?

- ☐ Télé-Québec
- ☐ Radio-Canada
- ☐ 2M
- ☐ ENTV
- ☐ TQS
- ☐ TVA
- ☐ MBC
- ☐ LBC
- ☐ Al Jazeera
- ☐ Une chaîne des programmes payants (câble *Vidéotron*, *Bell Express Vu*, *Star Choice*, *Rogers*, *Shaw*, *Cogeco*)
- ☐ Autre, précisez

17. À part la télévision, avez-vous accès à d'autres médias (internet, radio)?

- ☐ Oui
☐ Non

18. Lisez-vous les journaux ou écoutez-vous la radio de votre pays d'origine via internet?

- ☐ Je lis les journaux
☐ J'écoute la radio
☐ Ni l'un, ni l'autre

19. Si oui, à quelle fréquence?

- ☐ Quotidiennement
☐ Fréquemment
☐ Parfois

19. Vous faites appel à ces médias

- ☐ Pour être au fait de l'actualité dans le pays d'origine
☐ Pour me divertir
☐ Parce que l'information y est plus crédible que dans les journaux canadiens
☐ Parce que je m'y retrouve davantage
☐ Pour m'informer, me tenir au courant des valeurs, de la culture, et des événements de la communauté qui émet ces programmes
☐ Autre, précisez

COMMENTAIRES

Auriez-vous des commentaires à ajouter concernant le contenu de ce questionnaire ou d'autres éléments dont vous auriez souhaité nous faire part ? L'espace ci-dessous vous permettra de les spécifier.

Je vous remercie d'avoir pris le temps de répondre à ce questionnaire. Vos réponses me seront d'un grand appui.

APPENDICE C- PRIX DE LA PARABOLE DURANT LE RAMADAN



Figure C.1 Offre promotionnelle « spéciale ramadan »

L'inscription en arabe fait référence à la Sourate 2 du Coran, La vache (Al-Baqarah), verset 183. On peut y lire, « Ô les croyants ! On vous a prescrit *as-Siyam* [le jeûne du ramadan] comme on l'a prescrit à ceux d'avant vous, ainsi atteindrez-vous la piété ».

APPENDICE D – « NOUR », UNE SÉRIE ÉGYPTIENNE VICTIME DE SON SUCCÈS

Le phénomène "Nour" s'invite à la maison

Lundi 25 août 2008

"Nour", la série-fleuve turque à l'eau de rose, retraçant les éternelles péripéties amoureuses d'une riche famille, est devenue un véritable phénomène de société dans le monde arabe. Entre les "pro" et les "anti-Nour", rien ne va plus.

Par **AMARA MAKHOUL**, France 24

Site Internet : <http://www.france24.com/fr/20080825-nour-serie-turque-couple-rebondissement-amoureux-monde-arabe-phenomene-societe>

"Je ne peux envisager de rater un seul épisode !" assure Fatima al-Zahra al-Alaoui, aide-comptable marocaine qui fait partie des nombreux fans de la série télévisée "Nour".

Du Maghreb aux pays du Golfe, les conversations ne varient pas beaucoup depuis quelques mois. Ce ne sont pas la course à la Maison Blanche ou la baisse du pouvoir d'achat qui occupent les esprits, mais bien "Nour". Ce feuilleton turc doublé en dialecte syrien fait de véritables ravages dans le monde arabe. On peut suivre les divers rebondissements amoureux qui rythment la vie d'une riche famille de la bourgeoisie d'Istanbul. Diffusée par la chaîne satellitaire saoudienne MBC 4, la série compte aujourd'hui ses fans par millions.

Un véritable phénomène de société

L'effet est tel qu'aujourd'hui on se pose en "anti-Nour" ou "pro-Nour". Sur Facebook, site de socialisation, les groupes "anti-Nour" se multiplient aux côtés de la multitude de ceux qui regroupent les inconditionnels de la série.

Les "antis" du groupe "I hate Nour" dénoncent l'exagération et le côté irréaliste de la série mais surtout son influence néfaste. "Pro" et "anti-Nour" s'opposent dans les sociétés arabes, jusque dans les couples. Fadi Makdissi, pharmacien d'origine syrienne vit à Paris et déteste cette série parce "grands et petits sont en adoration devant ce feuilleton, alors qu'il est ridicule". Alors même que sa femme la suit avec plaisir, pour lui, il ne s'agit que d'une mode passagère à laquelle la société arabe oisive se rattache pour combler un vide. Car "Nour" a bouleversé des vies. Partout, on rapporte de multiples anecdotes. Des couples auraient divorcé se reprochant de ne pas avoir une attitude aussi exemplaire que le héros Mohanad ou l'héroïne Nour. Au Liban, une femme aurait même vendu son troupeau de bétail, pour pouvoir se consacrer pleinement à la série.



Un Libanais vend des T-Shirts à l'effigie des stars de la série turque "Nour". (Photo : AFP)

Face à l'ampleur du phénomène, les milieux religieux eux aussi ont réagi. Un imam saoudien a récemment lancé une fatwa contre les chaînes qui diffusent la série, les "ennemis de l'Islam et de son prophète". Selon Ibrahim al-Ariss, critique de cinéma au quotidien arabe basé à Londres Al-Hayat, cette opposition des milieux conservateurs musulmans a également participé au succès de la série. "Des gens se sont mis à la suivre en réaction à la critique des conservateurs musulmans", explique-t-il.

"Avec 'Nour', les sociétés arabes pénètrent dans le monde moderne"

"C'est une série qui raconte des histoires romantiques d'une façon qui nous convient à nous. C'est un feuilleton qui montre un mode de vie occidental mais où l'on retrouve également des valeurs arabes et musulmanes", explique Fatima al-Zahra. "Les habitués des séries mexicaines ont trouvé en "Nour" quelque chose dont ils étaient plus proches", analyse Ibrahim al-Ariss. De nombreux autres fans la rejoignent : "Nous n'avons pas l'habitude de vivre le romantisme de cette manière", remarque Sawsan Makdissi, l'épouse de Fadi. Elle est particulièrement sensible au fait que Mohanad, le héros, couvre son épouse d'attentions délicates et de cadeaux, et ose lui montrer ses sentiments, même en public. Mais au-delà de cela, Ibrahim al-Ariss voit dans "Nour" l'illustration de "l'entrée du monde arabe dans le monde moderne, à la manière de la Turquie". Il explique que les sociétés arabes ont préféré le modèle turc au modèle iranien, qui se présentait aussi à eux, pour entrer dans la modernité.

RÉFÉRENCES

Ouvrages

- Abou, Selim. 1981. *L'identité culturelle : Relations interethniques et problèmes d'acculturation*. Paris: Anthropos.
- Aihwa Ong et Donald M. Nonini. 1997. *Ungrounded Empires: The Cultural Politics of Modern Chinese Transnationalism*. New York: Routledge.
- Anderson, Benedict. 1996. *L'imaginaire national. Réflexions sur l'origine et l'essor du nationalisme*. Paris: Ed. La Découverte.
- Appadurai, Arjun. 2001. *Après le colonialisme. Les conséquences culturelles de la globalisation*. Préface de Marc Abélès. Paris: Ed. Payot.
- Balle, Francis. 1984. *Médias et société*. Paris : Ed. Montchrestien.
- Barrette, Christian et al. 1996. *Guide de communication interculturelle*. Québec : Éd. Renouveau Pédagogique.
- Basch, Linda, Nina Glick Schiller et Cristina Szanton Blanc. 1994. *Nations Unbound. Transnational Projects, Postcolonial Predicaments, and Deterritorialized Nation-States*. USA: Gordon and Breach Publishers.
- Battegay, Alain, et Ahmed Boubeker. 1993. *Les images publiques de l'immigration : média, actualité, immigration dans la France des années 80*. Coll. « Migrations et changements », Paris : Ed. L'Harmattan.
- Bauer, Julien. 1993. *Minorités et identités nationales au Canada et au Québec*. Montréal: Ed. Département de science publique, UQAM.
- Bénichou, Meidad. 2006. *Le multiculturalisme*. Collection « Thèmes et débats », Paris: Ed. Breal.
- Ben Jelloun, Tahar. 1993. « Préface », in Frachon, Claire et Marion Vargaftig (dir.), *Télévisions d'Europe et immigration*, Paris: Ina-Association Dialogue entre les cultures.
- , 1997. *Hospitalité française*. Coll. « L'histoire immédiate » Paris: Ed. du Seuil.
- Bhabha, Homi K. 1994. *The Location of Culture*. Londres: Routledge.
- Bissoondath, Neil. 1995. *Le marché aux illusions : La méprise du multiculturalisme*. Montréal: Boréal-Liber.

- Blumler, J.G., et E. Katz. 1974. *The Uses of Mass Communications: Current perspectives in gratifications research*. Beverly Hills: Sage.
- Bolaffi, Guido. 2003. *Dictionary of race, ethnicity and culture*. Londres: Sage Publications Inc.
- Bourdieu, Pierre. 1980. *Le sens pratique*. Paris: Ed. Les Éditions de Minuit
- , 1984. *Questions de sociologie*. Paris: Ed. Les Éditions de Minuit.
- Bourque, Renée, et Babakar Pierre Touré. 1986. *L'image des groupes ethniques dans les médias québécois*. Québec: Ed. Carrefour Tiers-Monde.
- Bouthillier, Guy. 1997. *L'obsession ethnique*. Montréal: Ed. Lanctôt.
- Breton, Philippe et Serge Proulx. 2002. *L'explosion de la communication à l'aube du XXI^{ème} siècle*. Montréal : Boréal.
- Bruneau, Michel. 1995. *Diasporas*. Coll. « Espaces modes d'emploi ». Montpellier: Ed. Reclus.
- , 2004. *Diasporas et espaces transnationaux*. Coll. «Villes-Géographie ». Paris: Ed. Economica,
- Burgess, Ernest, et J. Bogue. 1964. *Contributions to Urban Sociology*, Chicago: University of Chicago Press.
- Canclini, Néstor. 1995. *Hybrid Cultures: Strategie for Entering and Leaving Modernity*. Minneapolis : University of Minnesota Press.
- Cayrol, Roland. 1991. *Les médias*. Paris: Ed. PUF.
- Chaker, Salem. 1989. *Berbères aujourd'hui*. Coll. « Histoire et Perspectives Méditerranéennes ». Paris: Ed. L'Harmattan,
- Clifford, James. 1996. *Malaise dans la culture. L'ethnographie, la littérature et l'art au XX^{ème} siècle*, Paris : École nationale supérieure des Beaux-arts.
- Cottle, Simon. 2000. *Ethnic minorities and the media: changing cultural boundaries*. Buckingham: Open University Press.
- Coulon, Alain. 1987. *L'ethnométhodologie*. Coll. « Que sais-je? », n° 2393. Paris: Presse Universitaire de France.
- , 1992. *L'école de Chicago*. Coll. « Que sais-je? », n° 2639. Paris: Presse Universitaire de France.
- Cuche, Denys. 1996. *La notion de culture dans les sciences sociales*, Paris: Ed. La Découverte.
- Cunningham, Stuart, et Tina Nguyen. 2001. *Floating Lives. The Media and Asian Diasporas*. Edited by John Sinclair and Stuart Cunningham.

- De Certeau, Michel. 1980. *L'invention du quotidien: arts de faire*. Paris: Union Générale d'Éditions.
- Doytcheva, Milena. 2005. *Le multiculturalisme*. Collection « Repères ». Paris: Ed. La Découverte.
- Dufoix, Stéphane. 2003. *Les diasporas*. Coll. « Que sais-je? », n° 3683. Paris: Presse Universitaire de France.
- Dunn, Watson. 1969. *Advertising, Its Role in Modern Marketing*. New-York : Ed. Holt, Rinehart and Winston.
- Faist, Thomas. 2000. « Transnationalization in international migration: implications for the study of citizenship and culture ». In *Ethnic and Racial Studies*, Volume 23, n° 2, p. 189–222.
- Fédération professionnelle des journalistes du Québec. 1988. *Journalisme et racisme : Les médias face au pluralisme culturel*. Québec : FPJQ.
- Fellag. 1999. *Djurdjurassique Bled*. Paris: Ed. J.C. Lattès.
- Frazier, E.F. 1932. *The Negro Family in Chicago*. Chicago: University of Chicago Press.
- Freund, W.S. 1992. *L'Information au Maghreb*. Tunis: Cérès Productions.
- Frisch, Françoise. 1999. *Les études qualitatives*. Paris : Les Éditions d'Organisation.
- Froissart, Pascal. 2007. *Initiation à la recherche en SIC*, sous la dir. de Stéphane Olivesi. Grenoble: Ed. PUG.
- Geertz, Clifford. 1973. *The Interpretation of Cultures: Selected Essays*. New-York: Basic Books.
- Gillepsie, Marie. 1995. *Television, Ethnicity, and Cultural Change*, Routledge, Londres.
- Gilroy, Paul. 1987. *There Ain't No Black in the Union Jack. The Cultural Politics of Race and Nation*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Glazer, Nathan. 1997. *We are all Multiculturalists now*. Cambridge: Harvard University Press.
- Gordon, Milton. 1964. *Assimilation in American life*. New-York: Oxford University Press.
- Grenon, Gilles et Viau Suzanne. 2007. *Méthodes quantitatives en sciences humaines. De l'échantillon vers la population*. Montréal: Éd. Gaëtan Morin.
- Guaaybess, Tourya. 2005. *Télévisions arabes sur orbite. Un système en mutation (1960-2004)*. Paris: CNRS Éditions.
- Hachimi Alaoui, Myriam. 2007. *Les chemins de l'exil. Les Algériens exilés en France et au Canada depuis les années 1990*. Paris: Ed. L'Harmattan
- Heinderyckx, François. 2002. *Une introduction aux fondements théoriques de l'étude des média*. Liège: Ed. du Céfal.

- Herskovits, Melville. 1941. *The Myth of the Negro Past*, New-York: Harper and Brothers.
- Hoggart, Richard. 1970. *La culture du pauvre: Étude sur le style de vie des classes populaires en Angleterre*. Traduction de Jean-Claude de Garcia et Jean-Claude Passeron. Paris: Éditions de Minuit.
- Jacob, André. 1991. *Le Racisme au quotidien : Une étude sur les médias et le racisme*. Montréal: Les Éditions du CIDIHCA.
- Jensen, Klaus B. 1986. *Toward a Theory and an Empirical Model of Reception for the Study of Mass Communication*. Aarhus: Aarhus University Press.
- Jouët, Josiane, et Dominique Pasquier. 2001. *Médias et migrations*, Revue Réseaux, Paris, Hermès, n° 107.
- Juteau, Danielle. 1999. *L'ethnicité et ses frontières*. Montréal: Presses de l'Université de Montréal.
- Katz, Elihu et P.F. Lazarsfeld. 1955. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communication*. New-York: Free Press.
- Katz, E. et Liebes, T. 1990. *The Export of Meaning. Cross Cultural Readings of Dallas*, Oxford University Press, New York.
- Lacoste, Camille et Yves. 2004. *Maghreb, peuples et civilisations*. Paris: Ed. La Découverte Poche / État du Monde.
- Lazar, Judith. 1996. *La science de la communication*. Paris : Presses universitaires de France.
- Lazarsfeld, P. F., B. Berelson et H. Gaudet. 1944. *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York : Columbia University Press.
- Maalouf, Amin. 1998. *Les identités meurtrières*. Paris : Grasset.
- Maigret, Eric. 2003. *Sociologie de la communication*. Paris: Ed. Armand Colin.
- Malewska-Peyre, et al. 1978. *Les jeunes immigrés et leur culture*. Vaucresson: CFRES.
- Mattelart, Armand et Michèle. 1995. *Histoire des théories de la communication*. Coll. « Repères », Paris: La Découverte. 1996
- Mattelart, Armand, et Erik Neveu. 2003. *Introduction aux Cultural Studies*. Paris : La Découverte.
- Mattelart, Tristan. 2007. « Médias, migrations et théories de la transnationalisation ». Chap. in *Médias, migrations et cultures transnationales*, p. 13-56. Bruxelles : De Boeck.
- Morin, Edgar. 2005. *Introduction à la pensée complexe*. Paris: Ed. Seuil.

- Morley, David. 1986. *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. London : Routledge.
- , 1992. *Television, Audiences and Cultural Studies*. Londres: Routledge.
- Mucchielli, Alex. 2002. *L'identité*. Collection « Que sais-je? » Paris: Ed. Presse Universitaire de France.
- Naficy, Hamid. 1993. *The Making of Exile Cultures: Iranian Television in Los Angeles*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Noiriel, Gérard. 1992. *Le creuset français: histoire de l'immigration: XIX^{ème}-XX^{ème} siècle*. Paris: Éditions du Seuil.
- Park, Robert, et Ernest Burgess. 1969. *Introduction to the Science of Sociology*, 3^{ème} édition Chicago: University of Chicago Press.
- Persons, Stow. 1987. *Ethnic studies at Chicago. 1905 - 1945*. Urbana: University of Illinois Press.
- Potvin, Maryse. 2008. *Crise des accommodements raisonnables. Une fiction médiatique?* Québec: Athéna Éditions.
- Poutignat, Philippe, et Jocelyne Streiff-Fenart. 1995. *Théories de l'ethnicité*. Paris: Ed. Presse Universitaire de France.
- Rea, Andrea et Maryse Tripiet. 2008. *Sociologie de l'immigration*. Paris: Ed. La Découverte.
- Rogel, Jean-Pierre. 1989. *Le défi de l'immigration*. Montréal: Ed. Institut québécois de recherche sur la culture.
- Rugh, William. 1979. *The Arab Press*. New-York: Syracuse University Press.
- Saïd, Edward W. 1980. *L'orientalisme : L'Orient créé par l'Occident*. Paris : Éditions du Seuil.
- Sayad, Abdelmalek. 1999. *La double absence. Des illusions de l'émigré aux souffrances de l'immigré*. Préface de Pierre Bourdieu. Paris: Ed. Seuil.
- Shramm, Wilbur. 1964. *Mass Media and National Development*.
- Sfez, Lucien. 1992. *Critique de la communication*. Paris: Ed. Points.
- Silverstone, Roger. 1994. *Television and Everyday Life*. Londres: Routledge.
- Stoetzel, Jean. 1993. *La psychologie sociale*. Paris: Ed. Flammarion.
- Thomas, William, et Florian Znaniecki. 1996. *The Polish Peasant in Europe and America: A Classic Work in Immigration History*. Edited by Eli Zaretsky, Urbana: University of Illinois Press.

Todorov, Tzvetan. 1982. *La conquête de l'Amérique : La question de l'autre*. Paris : Éditions du Seuil.

------. 1989. *Nous et les autres, la réflexion française sur la diversité humaine*, Paris: Éditions du Seuil.

Tönnies, Ferdinand. 1977. *Communauté et société : catégories fondamentales de la sociologie pure*, Retz-CEPL.

Zehraoui, Ahsène. 1994. *De l'homme seul à la famille*. Coll. « Migrations et changements ». Paris: Ed. L'Harmattan,

Articles scientifiques

Ang, Icn. 1992. « Culture et communication: pour une critique ethnographique de la consommation des médias dans le système médiatique transnational ». Paris: *Hermès*, vol. 11-12, pp.75-93.

Antonius, Rachad. 2006. « Les représentations médiatiques des Arabes et des musulmans au Québec ». *Annuaire du Québec 2006*, Montréal: Institut du Nouveau Monde.

Aksoy, Asu, et Kevin Robins. 2001. « Banal Transnationalism: The Difference that Television Makes ». In Karim H. Karim (Ed.), *The Media of Diaspora*. London: Routledge.

Antunes Da Cunha, Manuel. 2001. « Les Portugais de France. Généalogie d'un public radiophonique ». In *Médias et migrations*, sous la direction de Dominique Pasquier et Josiane Jouët. *Réseaux*, n° 107, «», Paris : Hermès, pp. 77-115.

Beaud, Stéphane et Gérard Noiriel. 1989. « L'assimilation, un concept en panne ». *Revue internationale d'action communautaire*, n° 21/6, p. 63-76.

Boubeker, Ahmed. 1999. « Les paraboles de l'immigration : Technique, identité et lien social ». In *Revue Ville-École-Intégration*, n° 119.

Bourdieu, Pierre. 1973. « L'opinion publique n'existe pas ». *Temps modernes*, n° 318.

Bourque, Gilles et Jules Duchatel, sous la direction de Mikhael Elbaz et Denise Helly. 2000. « Multiculturalisme, pluralisme et communauté politique : Le Canada et le Québec ». In *Mondialisation, citoyenneté et multiculturalisme*. Québec : Les Presses de l'Université Laval, pp. 147-169

Bruhn Jensen, Klaus et Karl Erik Rosengren. 1992. « Cinq traditions à la recherche du public », traduit de l'anglais par Macé, Eric et Daniel Dayan. Paris : Hermès, n° 11-12.

Bruneau, Michel. 1995. « Espaces et territoires de diasporas » in *Diasporas*. Montpellier: Ed. Reclus, *Espaces modes d'emploi*, pp. 5-23.

- Chivallon, Christine. 2006. « Diaspora: ferveur académique autour d'un mot ». In *Les diasporas dans le monde contemporain. Un état des lieux*, sous la direction de William Berthomière et Christine Chivallon. Paris: Ed. Karthala et MSHA.
- Cohen-Émerique, Margalit. 1990. « Le modèle individualiste du sujet ». In *Cahiers de sociologie économique et culturelle*, n° 13.
- Dayan, Daniel. 1989. « À propos de la théorie des effets limités ». Paris : Hermès n°4, Éditions du CNRS.
- , 1992. « Les mystères de la réception ». In *Le Débat*, n° 71.
- Devereux, Georges. 1972. « L'identité ethnique: ses bases logiques et ses dysfonctions ». In *Ethnopsychanalyse complémentariste*. Paris: Ed. Flammarion, p. 131-168.
- El-Khawaga, Dina. 2003. « Le journalisme télévisuel dans le monde arabe: l'essor d'une nouvelle profession ». In *Mondialisation et nouveaux médias dans l'Espace public*, sous la direction de Franck Mermier, Paris: Ed. Maisonneuve & Larose, pp. 17-42.
- Ferjani, Riadh. 2007. « Les télévisions arabophones en France : une transnationalité postcoloniale » In *Médias, migrations et cultures transnationales*. Coll. Médias recherches, Paris-Bruxelles: Ina-DeBoeck, pp. 104-120.
- Fleras, Augie. 1994. « Media and Minorities in a Post-Multicultural Society: verview and Appraisal ». In *Ethnicity and Culture in Canada: The Research Landscape*, sous la dir. de J. W. Berry et J. A. Laponce. Toronto : University of Toronto Press.
- , 1995. « Please Adjust Your Set: Media and Minorities in a Multicultural Society ». In *Communications in Canadian Society*, sous la dir. de Benjamin D. Singer. Toronto : Nelson Canada.
- Gerbner, George et al. 2002. « Growing Up with Television: Cultivation Processes ». In *Media Effects: Advances in Theory and Research*, sous la dir. de Bryant, Jennings, et Dolf Zillmann, Mahwah : Lawrence Erlbaum Associates.
- Hadj-Moussa, Ratiba. 2000. « La télévision par satellite et société post-coloniale. Vie en commun et singularité en Algérie », in *Médias et technologies de communication au Maghreb et en Méditerranée. Mondialisation, redéploiements et "arts de faire"*, sous la direction de Jean-Philippe Bras et Larbi Chouikha. Tunis : Actes du séminaire organisé par l'IRMC du 6 au 4 octobre 2000.
- Hall, Stuart. 1973. *Encoding and Decoding in the Television Message*. Birmingham: Center for Contemporary Cultural Studies.
- , 1990. « Cultural identity and Diaspora ». In *Identity, Community, Culture, Difference*. Londres: J. Ruthrford Ed. pp. 222-237.
- , 1997. « The Local and the Global: Globalization and Ethnicity ». In *Dangerous Liaisons: Gender, Nation, and Postcolonial Perspectives*. Minneapolis: University of Minnesota, pp. 173-87.

- , 2000. « Cultural Identity and Diaspora ». In *Diaspora and Visual Culture: Representing Africans and Jews*. London: Routledge, pp. 21-33.
- Hamidou, Kamal. 2005. « Médias au cœur et médias de la raison. La socialisation des migrants en question ». In *Questions de communication*, n° 8.
- Hardgreaves, Alec, et Dalila Mahdjoub. 1997. « Satellite television viewing among ethnic minorities in France. In *European Journal of Communication*, vol. 12, n°4.
- Hovanessian, Martine. 1995. « Territoire de l'altérité: la diaspora arménienne ». In *Diasporas*, sous la direction de Bruneau, Michel, Coll. Espaces modes d'emploi, Ed. Reclus, pp. 42-52.
- , 1998. « La notion de diaspora. Usages et champ sémantiques ». In *Journal des anthropologues*, n°72-73.
- Husband, Charles. 1994. « Ethnicity and media democratization within the nation-state ». In *A Richer Vision: The Development of Ethnic Minority Media in Western Democracies*, sous la dir. de Charles Husband. Paris : Unesco Pub.
- Katz, E. et Liebes, Tamar. 1992. *Six interprétations de la série Dallas*. Traduit de l'anglais par Macé, Eric et Daniel Dayan. Paris: Hermès, n° 11-12, p. 125-144.
- Lasswell, Harold Dwight. 1948. « The Structure and Function of Communication in Society ». In *The Communication of Ideas*, sous la dir. de Lyman Bryson. New York : Harper & Brothers.
- Lenoir-Achdjian, et al. 2009. « Les difficultés d'insertion en emploi des immigrants du Maghreb au Québec. Une question de perspective ». In *Choix IRPP*, vol. n°3, pp.4-42.
- Lull, James. 1980. « The social uses of Television ». In *Human Communication Research*, n° 63.
- Morley, David. 1988. « Domestic Relations: The framework of family viewing in great Britain », in J. Lull. *World Families Watch Television*, p. 22-48. Londres: Sage Publication.
- Morley, David, et Roger Silverstone. 1991. « Communication and context: ethnographic perspectives on the media audience ». In K.B. Jensen et N. JanKowski (eds). *A Handbook of qualitative Research Methods for Mass Communication*. P. 149-162. Londres: Routledge.
- Mowlana, Hamid. 1979. « Technology versus tradition: Communication in the Iranian revolution ». In *Journal of communication*, vol. 29, n° 3, p. 107-112.
- Park, Robert. 1914. « Racial Assimilation in Secondary Groups with Particular Reference to Negro ». In *American Journal of Sociology*, p. 606-623.
- Portes, Alejandro. 1999. « Conclusion: towards a new world - the origins and effects of transnational activities ». In *Ethnic and racial Studies*, 22 (2), p. 463-477.
- Poupart, Jean. 1997. « L'entretien de type qualitatif: considérations épistémologiques, théoriques et méthodologiques ». In *La recherche qualitative: Enjeux épistémologiques et méthodologiques*, sous la dir. de Jean Poupart, et al., p. 173-209. Montréal: Gaëtan Morin.

- Proulx, Serge. 1993. « Note pour une ethnographie des téléspectateurs », MEI n°1, Médias et information, Éditions Infocom, Université Paris VIII, p. 71-78.
- Proulx, Serge et Delphine Maillet. 1998. « La construction ethnographique des publics de télévision ». In *Accusé de réception : le téléspectateur construit par les sciences sociales*, sous la dir. de Serge Proulx. Sainte-Foy : Les Presses de l'Université Laval, p. 121-158
- et al. 1993. « Usages de la télévision et qualité de la vie familiale: construction de la vie familiale: construction et validation d'instruments de recherche dans une perspective ethnosociologique ». Rapport diffusé par le Service aux collectivités de l'UQAM, Groupe de recherche sur les médias, Montréal: Université du Québec à Montréal.
- 1994. « La place de la télévision dans la reconstruction identitaire de familles immigrantes ». Présentation au Colloque « Recherche, arts et culture », Congrès de l'ACFAS, Montréal.
- et Danielle Bélanger. 1996. « La télévision francophone, miroir d'une société pluriculturelle ? : Dynamique de consommation télévisuelle des membres de cinq communautés culturelles de la région de Montréal ». Montréal : Centre d'études sur les médias, UQAM.
- 2001. « La représentation des communautés immigrantes à la télévision francophone du Québec : Une opportunité stratégique », *Revue Réseaux*, vol. 19, n° 107, p. 117-146.
- Ravault, René-Jean. 1980. *Some possible economic dysfunction's of the Anglo-American practice of international communications: A theorical approach*. Doctoral dissertation, University of Iowa.
- 1981. « Information flow: Which way is the wrong way? ». In *Journal of Communication*, vol. 31, n° 4, p. 129-134.
- 1984. « Le modèle victimisant et la théorie du récepteur actif dans l'étude des communications internationales et de leurs conséquences » Montréal: McGill University, Working Paper Series.
- 1985. « L'impérialisme boomerang ». In *Revue Française d'Études américaines*. Nancy: Presses universitaires de Nancy, vol. X, n° 24/25, p. 291-311.
- 1986. « Défense de l'identité culturelle par les réseaux traditionnels de "Coersédution" ». In *International Political Science Review*, vol. 7, n°3, p. 251-280.
- 1990. « La communicologie, discipline hyper-révolutionnaire ou ultra-conservatrice? ». In *Technologies et symboliques de la communication*, colloque de Cérisy, PUG, p. 53-64.
- 1996. « Développement durable, communication et réception active ». Chaire Unesco, août.

- . 1991. « Le paradoxe de l'identité culturelle francophone dans les médias nord-américains ». Communication présentée lors du colloque Médias francophones hors Québec et identité culturelle (Québec, 26-27 avril 1991).
- Robins, Kevin, « Au-delà de la communauté imaginée? Les médias transnationaux et les migrants turcs en Europe ». In Pasquier, Dominique et Josiane Jouët (dir), *Revue Réseaux*, n° 107, Paris, 2001.
- Schnapper, Dominique. 1986. « Modernité et acculturation. À propos des travailleurs émigrés », In *Communications* n° 43, mars 1986, pp. 141-168.
- Schramm, Wilbur. 1973. *The Process and Effects of Mass Communication*. Illinois: University of Illinois Press.
- Stoiciu, Gina. 1993. « L'usage de la télévision et les ethnocultures ». In *Usages de la télévision et qualité de la vie familiale: construction et validation d'instruments de recherche dans une perspective ethnosociologique*. Groupe de recherche sur les médias. Département des communications. Rapport rédigé à l'Association nationale des téléspectateurs et des téléspectatrices et au Regroupement Inter-organismes pour une politique familiale au Québec. Montréal.
- Veltman, C. et Panneton, C. 1989. « L'intégration linguistique des immigrants allophones de la région métropolitaine de Montréal ». In *Actes du Séminaire scientifique sur les tendances migratoires actuelles et l'insertion des migrants dans les pays de la francophonie*. Québec: Publications du Québec, pp. 319-334.

Rapports

- Apparicio, Philippe, et Anne-Marie Séguin. 2008. *Retour sur les notions de ségrégation et de ghetto ethniques et examen des cas de Montréal, Toronto et Vancouver*. Rapport de recherche pour la Commission de consultation sur les pratiques d'accommodement reliées aux différences culturelles, Montréal: Institut national de recherche scientifique Urbanisation, culture et société.
- Deschamps, Gilles. 1990. *Les communautés culturelles: identification ethnique, rapports avec la société francophone, compétence et usages linguistiques*. Sondage, Collection Études et recherches, ministère des communautés culturelles et de l'Immigration.
- Dupont, Magali, et Fo Niemi. 1993. *Les médias québécois et les communautés ethnoculturelles: la position des entreprises de médias*. Sondage et analyse des opinions des dirigeants des grandes entreprises de médias écrits et électroniques au Québec. Montréal.
- Giroux, Luc et Josée Sénéchal. 1996. *Les jeunes adultes des communautés culturelles du Québec et les médias d'expression française*. Québec : Direction des médias de la publicité et de l'audiovisuel.
- Giroux, Lise. 1999. *Les personnes issues de l'immigration : leurs pratiques médiatiques et leurs activités culturelles*. Québec : Ministère de la Culture et des Communications.

- Karim, Karim H., et Multiculturalisme et citoyenneté Canada. 1989. *Perceptions sur le multiculturalisme : analyse de contenu de journaux, d'articles universitaires, de sommaires sur les organismes ethnoculturels, d'enquêtes sur les attitudes et de correspondance ministérielle*. Ottawa : Documentation officielle.
- Karim, Karim H., et Direction de la recherche et de l'analyse stratégiques. *Women, Ethnicity and the Media*. Ottawa, Patrimoine canadien. 1995.
- Karim, Karim H., et Ministère du Patrimoine canadien. 1996. *La définition de minorité visible : une analyse historique et culturelle*. Hull : Recherche et analyse stratégiques.
- Lamotte, A. 1985. *Les autres Québécoises. Étude sur les femmes immigrées et leur intégration au marché du travail québécois*, Québec, ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration.
- Leclerc, G., et al. 1991. *L'écoute de la télévision par les communautés culturelles au Québec*. Québec: ministère des communications. Le Bulletins des communications, vol. 8, n°1.
- Monnier, Daniel. 1993. *Les choix linguistiques des travailleurs immigrants et allophones*. Rapport d'une enquête réalisée en 1991, Publications du Québec, dossiers du Conseil de la langue française, n°37.
- MacBride, Sean. 1980. *Voix multiples, un seul monde, communication et société aujourd'hui et demain*. Paris: Unesco, Les Nouvelles Éditions Africaines et la Documentation Française.
- Mahtani, Minelle. 2001. *La représentation des minorités : les médias canadiens et l'identité des groupes minoritaires*. Travail commandé par le ministère du Patrimoine canadien pour le séminaire d'identité et de diversité ethnoculturelle, raciales, religieuses et linguistiques. Halifax. Document en ligne : www.metropolis.net.
- Manègre, Jean-François. 1993. *L'immigration et le marché du travail. Un état de la question*. Montréal, Conseil des communautés culturelles et de l'immigration.
- Mediawatch. 1994. *Front and Centre: Minority Representation on Television, MediaWatch Research Series*, vol. 1, Toronto, MediaWatch,
- Niemi, Fo. 1986. *Les communautés ethnoculturelles et les communications au Québec*. Mémoire présenté au Conseil des Communautés culturelles et de l'Immigration du Québec.
- Piché, V. et L. Bélanger. 1995. *Une revue des études québécoises sur les facteurs d'intégration des immigrants*. Coll. Notes et document n°5, Publications gouvernementales. Département de démographie et Groupe de recherche ethnicité et société (GRES), Université Laval.
- Report of the Special Senate Committee on Mass Media. *Mass Media. the Uncertain Mirror*. Volume 1, Ottawa, 1970.

Publications officielles

Canada, et Multiculturalisme et Citoyenneté . 1990. *La loi sur le multiculturalisme canadien : guide à l'intention des Canadiens*. Ottawa : Documentation officielle.

Canada, Parlement, Chambre des Communes. 4 juin 1991. *Loi sur la radiodiffusion 1991*. Ottawa.
 Québec, Ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration. 1981. *Autant de façons d'être Québécois : Plan d'action du gouvernement du Québec à l'intention des communautés culturelles*. Québec : Développement culturel et scientifique.

Québec, Conseil des communautés culturelles et de l'immigration du Québec. 1987. *Présentation publique de l'avis du Conseil des communautés culturelles et de l'immigration du Québec sur les communautés culturelles et les communications* ; Conférence de presse et colloque intitulé : « Les médias du Québec : un monde "tricoté serré"? » Montréal: Conseil des Communautés culturelles et de l'Immigration du Québec.

Québec, Ministère des communautés culturelles et de l'immigration. 1990. *Pour bâtir ensemble : Énoncé de politique en matière d'immigration et d'intégration*. Québec : La Direction générale des politiques et programmes.

Québec, Ministère des communautés culturelles et de l'immigration. 1991. *L'Intégration des immigrants et des Québécois des communautés culturelles : document de réflexion et d'orientation*. Montréal: Direction des communications.

Québec, Ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration. 1990. *L'intégration des immigrants et des Québécois des communautés culturelles* : document de réflexion et d'orientation,

Québec, MAIICC. 1994. *Actes du Séminaire sur les indicateurs d'intégration des immigrants*.

Québec, Ministère de l'immigration et des communautés culturelles. 2005. *Profil statistique de la population d'origine ethnique maghrébine recensée au Québec en 2001*.

Québec, Ministère des Communautés culturelles et de l'Immigration, 1990. *L'intégration des immigrants et des Québécois des communautés culturelles* : document de réflexion et d'orientation

Articles de périodiques

Demers, Rosario et Gilles Monroty. 2002. « Du travail à faire ». *La Presse* (Montréal), 1^{er} août.

Moisan, Mylène. 2004, « 19 000 Maghrébins attendent pendant que l'État encaisse des millions de dollars ». *Le Soleil*, le 22 mars.

Mémoire

Asal, Houda. *Le Québec, une destination privilégiée des migrants arabes au Canada. Évolution des flux, 1882-2002*. Septembre 2003, Université de Provence-Aix Marseille 1.

Webographie

« Al Jazira et Internet, les nouveaux muezzins du monde arabe? » Débat entre Mohammed El Oifi et Anne Giudicelli. Publié par *Les Phares*, 6 avril 2006, n° 844, rédigé par Flavie Holzinger, http://www.cafe-geo.net/article.php3?id_qarticle=844

Bianchini, Laure, « L'usage du français au Maghreb. Constellations francophones », 2, 20 déc. 2007, http://publiforum.farum.it/ezone_printarticle.php?id=77

Karim, Karim H., « From ethnic media to global media: transnational communication networks among diasporic communities », Working Paper for the ESRC Transnational Communities Programme at Oxford University, WPTC-99-02, site <http://www.transcomm.ox.ac.uk>

Laroussi, Foued, « Minoration linguistique au Maghreb : langues, nations et identités » <http://www.teluq.quebec.ca/diverscite/SecArtic/Arts/2002/laroussi/txt.htm>.

« Le Maghreb des paraboles » publié le 21 septembre 2003 sur le site http://www.jeuneafrique.com/jeune_afrique/article_jeune_afrique.asp?art_cle=LIN21093

« Le phénomène "Nour" s'invite à la maison », <http://www.france24.com/fr/20080825-nour-serie-turque-couple-rebondissement-amoureux-monde-arabe-phenomene-societe>

« Maroc : parabole mon amour », paru le vendredi 16 février 2009, consultable sur le site <http://www.afrik.com/article2214.html>

« Répertoire des médias de la région de Montréal », consultable sur le site <http://www.montreal.gouv.qc.ca/medias/RepertoireMedia.asp?region=Montreal>

Smati, Nozha, « La configuration audiovisuelle tunisienne entre monopolisation et libéralisation du secteur », 26 avril 2009, *Revue Entrelacs.fr*, site http://w3.lara.univ-tlse2.fr/entrelacs/IMG/article_PDF/article_165.pdf

Immigration et communautés culturelles Québec. Site officiel du gouvernement. « Notre mission » <http://www.immq.gouv.qc.ca/fr/biq/maghreb/mission.html>

« Star Academy version arabe », <http://www.bladi.net/forum/13228-star-academy-version-arabe/>

Ministère de l'Immigration et des Communautés culturelles, Immigration permanente - Grille de sélection http://www.formulaire.gouv.qc.ca/cgi/affiche_doc.cgi?dossier=8508&table=0

Documentaire vidéo

Benguigui, Yamina. 1998. *Mémoires d'immigrés, l'héritage maghrébin*. Trois documentaires de 52 mn chacun. Paris: Canal +.